Deutsche Ausgabe

Das unabhängige Handelsmagazin KW 45 12.11.1999

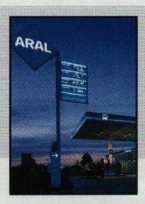
COMPUTEC MEDIA

DM 1,80
B 30 785

MCV Markt für Computer- & Videospiele

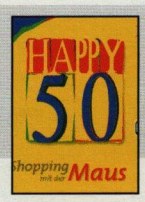
Interview: Heike Diederichs und Dr. Dietrich Meutsch wollen Hasbro Interactives Marken offensiv ausbauen.

Seite 16



Aral bietet bereits u. a. Joysticks an. Nun könnte der Konzern auch ins PC-Hardwaregeschäft einsteigen.

Seite 38



Neuer E-Commerce-Rekord: Der Otto-Versand steigert seinen Online-Umsatz auf 100 Millionen Mark.

Seite 40

Handel S. 38
Marketing S. 24
MCV World Network S. 42
Ordertipps S. 48
Peripherie & Zubehör S. 34
Plus: Previews S. 46

Run auf Final Fantasy VIII führt zu Lieferengpässen im Handel

Die Nachfrage nach Final Fantasy boomt: Nachdem Sony CED bereits 100.000 Stück ausgeliefert hat, sollen nun 20.000 Einheiten sukzessive nachgeliefert werden.

Frankfurt. Der Durchverkauf von *Final Fantasy VIII* scheint offensichtlich sogar die ohnehin hoch gesteckten Erwartungen zu übertreffen: Weite Teile des Handels melden Ausverkaufssituationen und warten dringend auf Nachlieferungen. „Bei *Final Fantasy VIII* hat sich Sony offensichtlich gewaltig verschätzt", meint Werner Kasper, Zentraleinkäufer bei der Karstadt AG. „Der Titel läuft bei uns überragend. Obwohl wir bereits sehr optimistisch bestellt haben, sind wir ausverkauft. Ich kann mich nicht erinnern, dass wir mit einem PlayStation-Titel schon einmal so erfolgreich gestartet sind." Auch Dynatex-Geschäftsführer Hans-Jürgen Grahl kämpft mit Lieferengpässen: „Die Situation bei *Final Fantasy VIII* ist für uns sehr ärgerlich. Der Titel kommt bei den Kunden enorm gut an, doch wir haben einen großen Lieferengpaß zu verzeichnen." Sony CED hat jedoch offensichtlich eine knappere Belieferung eingeplant, verspricht aber eine schnelle Lösung. Was SCED-Geschäftsführer Manfred Gerdes dazu meint, lesen Sie auf **Seite 3.**

reLINE will sich gegen schlechte Bewertung von Biing! 2 wehren

Der Entwickler der PC-Erotikwirtschaftssimulation befürchtet, wegen der überwiegend negativen Presse-Resonanz in den Fachmedien den Geschäftsbetrieb einstellen zu müssen.

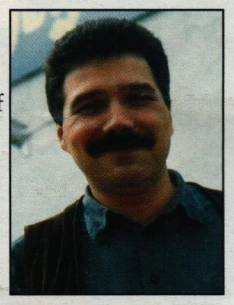
Kaarst. Der deutsche Entwickler reLINE, der für Magic Bytes die erotische PC-Wirtschaftssimulation *Biing! 2* produziert hat, will sich öffentlich gegen negative Testberichte in der Fachpresse wehren. Für *Biing! 2* waren schlechte Noten zwischen 27 und 65 Prozent vergeben worden. Nun sieht reLINE wegen der Beeinflussung des Kaufverhaltens durch Testberichte die Existenz des Unternehmens gefährdet. Auf der firmeneigenen Webseite hatte die Firma Kommentare von *Biing! 2*-Spielern gefordert, die an die Verlage geschickt werden sollten. Dies hat reLINE wegen möglicher rechtlicher Probleme (sog. E-Mail-Bombing) jedoch inzwischen eingestellt. „Für uns ist es unverständlich, warum die Wertungen so weit auseinander gehen", sagt Holger Gehrmann von reLINE. „Mit der Aktion wollten wir darauf aufmerksam machen, dass der Titel von den Magazinen viel zu kurz getestet wurde. Das Spiel fängt erst nach einigen Tagen an, richtig Spaß zu machen." **Weiter auf Seite 3.**

Steht weiterhin zu Biing! 2: Holger Gehrmann von reLINE.

Fotos: J. Fröhlich, C. Holowaty, Aral, reLINE

Dreamcast-Umsatz wird weiter uneinheitlich bewertet

Nürnberg. Drei Wochen nach dem Dreamcast-Start melden die einzelnen Handelskanäle immer noch unterschiedliche Verkäufe für die Hard- und Software. Während sich die Software-Liefersituation verbessert, schwankt der Hardware-Durchverkauf je nach Kanal immer noch stark. „Die Hardware fließt derzeit überhaupt nicht mehr ab", berichtet MMI-Vorstand Karsten Ziegler. „Der Verkaufsstart lief allerdings hervorragend: Wir haben zwischen 80 und 85 Prozent unserer gesamten verkauften Menge in den ersten drei Tagen abgesetzt. Das zeigt aber, dass die Werbung von Sega ins Leere gelaufen ist und die Nicht-Freaks nicht erreicht hat." Als entspannt schätzt Ziegler die Softwareliefersituation ein. „Wir bekommen nun mehr Ware, als man verkaufen kann." Einer der stärksten Titel sei *House of the Dead 2*, während zudem viele Kunden auf *Soul Calibur* warten würden. **Weiter auf Seite 4.**



Karsten Ziegler, MMI: DC-Umsatz stagniert.

CYBER GAMES

Cyber Games Gesellschaft für Computer- und Videospiele mbH
Friesenstraße 62 · 26789 Leer · Tel.: 0491-92806-0 · Fax: 0491-92806-18
Email: info@cyber-games.com · Web: www.cyber-games.com

Großhändler für folgende Systeme:

PlayStation Dreamcast NINTENDO64 DVD VIDEO GAME BOY COLOR PC CD

Alle verwendeten Logos sind Warenzeichen der jeweiligen Hersteller

- Täglich aktualisierte Preislisten und Erscheinungstermine
- Alle Infos abrufbar im Internet, per E-mail Robot, per Fax
- Sonderkonditionen bei Internetbestellung
- kein Mindestbestellwert
- Lieferung innerhalb von 24 Stunden
- Attraktive Konditionsgestaltung
- Partnerkonzept mit Existenzgründungsberatung

Fordern Sie unseren Fachhandelskatalog an!

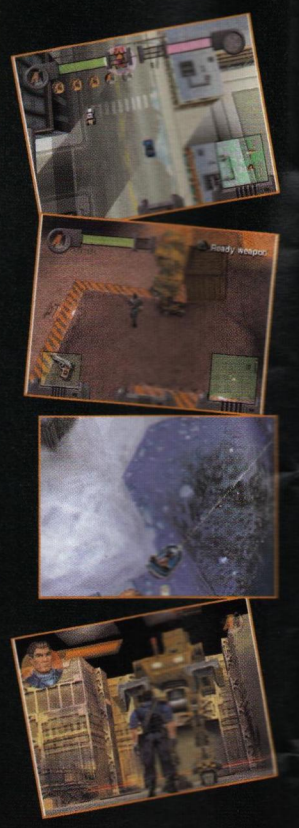
COMING SOON: 007

EXKLUSIVE MERCHANDISING-LIZENZEN BEI CYBER GAMES

ACTION MAN

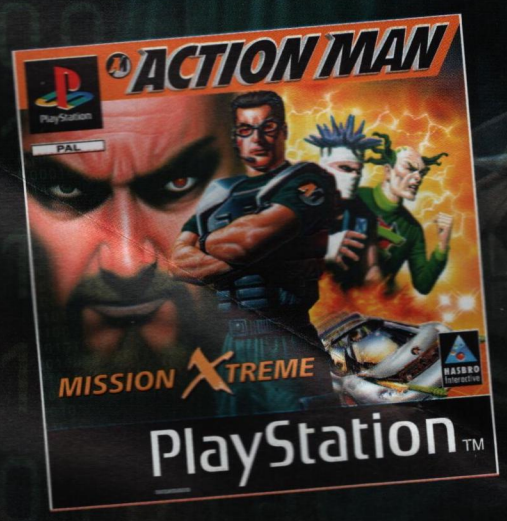
MISSION XTREME

THE GREATEST HERO OF THEM ALL!



Marketing:

- Mehrmonatige Anzeigenkampagne in der Fachpresse und zielgrupppenaffinen Publikationen
- Breitgefächerte PR-Kampagne in Spiele- und Jugendmagazinen
- Starkes POS-Paket: standees, A2 Poster, Sales Sheets, Demo CD`s, Pins u.v.a.
- Internet-Kampagne mit Bannerwerbung, Gewinnspielen und eigener Website unter www.actionman.com
- Cross-Promotions und Kooperationen im Spielzeugbereich



Die Zeit ist reif für einen männlichen Superhelden.

LEISURESOFT
Robert-Bosch-Straße 1 • 59199 Bönen
Tel: 02383 / 690 • Fax: 02383 / 69500
www.leisuresoft.de

PlayStation

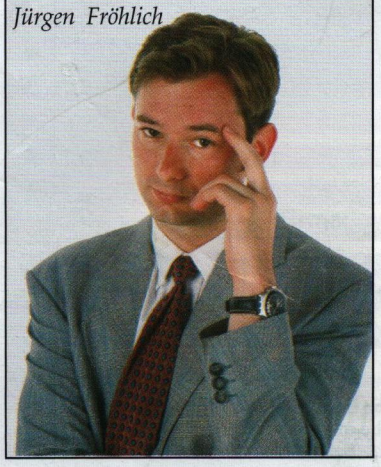
HASBRO Interactive

Editorial

Krieg im Blätterwald ...

Das hat es bisher im deutschen Spielegeschäft noch nicht gegeben: reLINE als deutscher Entwickler startet eine öffentliche Kampagne gegen Spiele-Fachmagazine wegen einer Wertung für *Biing! 2*, die nicht den Vorstellungen der Designer entspricht. Dabei hatte die Fachpresse anno 1995 den Vorgänger trotz nicht unerheblicher spielerischer Mängel vor allem wegen des völlig durchgeknallten Humors gelobt. Vier Jahre später hagelte es dagegen Verrisse: *Biing! 2* schnitt weitaus schlechter ab, Wertungen unter 50 Prozent waren eher die Regel als die Ausnahme. Ein plötzlicher Sinneswandel? Eine nationale Verschwörung gegen deutsche Entwickler? Wohl kaum, denn *Biing! 2* hat sich im Vergleich zum betagten Vorgänger spielerisch und technisch keineswegs weiterentwickelt. Bei der rasanten technischen Entwicklung ist es nicht verwunderlich, dass inzwischen völlig andere Maßstäbe angesetzt werden müssen. Schließlich sind auch die Zeiten vorbei, als man noch ohne Murren lange Wartezeiten in Kauf nahm, bis ein Spiel einmal von Diskette installiert war und die Hardwareanforderungen sich noch auf 386er-PCs und Amigas beschränkten. Schade wäre es aber, wenn reLINE nun tatsächlich wegen schlechter Verkäufe das Geschäft aufgeben müsste. Nur: Dies liegt nicht an der Presse, sondern an reLINE selbst. Der von reLINE geplante Nachfolger zu *Oil Imperium* zum Beispiel würde sowohl vom Kunden als auch von den Kritikern in der Luft zerrissen, wenn der Klassiker in ähnlicher Form wieder aufgelegt würde. Wer nicht innovative Technologien wie z. B. Synetic oder Piranhas Bytes adaptiert oder selbst entwickelt, wird mittelfristig in diesem umkämpften Markt chancenlos sein.

Jürgen Fröhlich



Fotos: D. Kartscher, C. Holowaty

Final Fantasy VIII: Lieferengpass

Fortsetzung von Seite 1

„Wir haben zum Erstauslieferungstermin 80.000 Stück ausgeliefert und innerhalb der ersten 14 Tage 20.000 Stück nachgeliefert", sagt Manfred Gerdes, Geschäftsführer von Sony CED. „Nun haben wir noch einen Rückstand von 20.000 Stück, die wir ab sofort sukzessive nachliefern." Die Auslieferungspolitik sei jedoch nach Gerdes' Angaben sowohl für Sony selbst als auch für den Handel als Vorsichtsmaßnahme zu verstehen, um nicht unnötige Lagerrisiken bei zwei parallel ausgelieferten Top-Titeln wie *Final Fantasy VIII* und *Formel 1* aufzubauen. „Wir hätten sicherlich 150.000 *Final Fantasy VIII* und 180.000 bis 200.000 *Formel 1* hineinverkaufen können", schätzt Gerdes. „Wir wollten aber bei *Final Fantasy VIII* für eine Distribution in der Breite sorgen und den Handel nicht überfrachten. Durch die höhere Serviceleistung einer sukzessiven Auslieferung entstehen uns natürlich auch Mehrkosten. Dafür hat der Handel sofort das Erfolgserlebnis, mit niedrigen Beständen zu arbeiten. Damit ist der Beweis erbracht, dass nicht die Erstauslieferungsmenge entscheidend ist, sondern der Abverkauf an den Kunden." Von *Formel 1* hat Sony CED dagegen 110.000 Stück ausgeliefert und ist derzeit dabei, weitere 20.000 Stück nachzuliefern. „Bei *Formel 1* haben wir eine knappe Situation, aber derzeit gibt es hier keine Rückstände", berichtet Gerdes. „Wir wissen, dass das PlayStation-Geschäft in den letzten sechs Monaten etwas gelitten hat, weil wir nicht die Menge an qualifizierten Spitzentiteln hatten. Mit *Formel 1* und *Final Fantasy VIII* melden wir uns nun zurück." *(ch)* ▌

Manfred Gerdes, SCED: Lieferengpass soll schnell behoben werden.

Streit um reLINEs Biing! 2

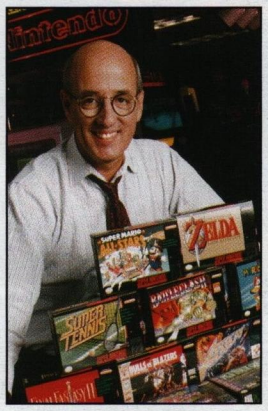
Fortsetzung von Seite 1

Auch den in der Fachpresse häufig genannten Vorwurf des zu hohen Schwierigkeitsgrades und der mangelnden Einsteigerfreundlichkeit kann Holger Gehrmann nicht nachvollziehen. „Wir haben drei Schwierigkeitsgrade. Als Tutorial dient die einfachste Stufe, bei der einige Funktionen gesperrt sind. In diesem Schwierigkeitsgrad kann es wirklich jeder schaffen." Als Verkaufsziel hatte reLINE zwischen 25.000 und 30.000 Stück anvisiert – bislang dürften aber erst ca. 10.000 Einheiten über die Ladentheken gegangen sein. „Deswegen steht die Wirtschaftssimulation *Oil Imperium 2*, unser nächstes geplantes Projekt, auf der Kippe", sagt Gehrmann. „Eine Entscheidung, ob und wie wir unsere Firma weiterführen, ist noch nicht gefallen." Sollten die anvisierten Verkaufszahlen nicht erreicht werden, wollen die reLINE-Entwickler Olaf Patzenhauer und Holger Gehrmann möglicherweise mit anderen deutschen Entwicklungsunternehmen im Rahmen von neuen Projekten kooperieren. Auf Seiten der Fachpresse herrscht derweil Unverständnis für die Aktion von reLINE, die bislang in der Geschichte der Spieleindustrie in Deutschland einmalig ist. „PC Games hat die Aufgabe, dem Leser eine unabhängige und seriöse Kaufberatung zu liefern", sagt Petra Maueröder, stellvertretende Chefredakteurin der Fachzeitschrift PC Games, die das Produkt mit 27 Prozent bewertet hatte. „Es ist sicherlich bedauerlich, dass das Produkt qualitativ weit unter dem derzeitigen Softwarestandard liegt, aber letztlich haben nicht wir diese Qualität zu vertreten, sondern reLINE. Einen Titel, dessen Benutzeroberfläche unnötig verkompliziert ist, dessen Technologie auf einem Niveau von 1995 liegt und dessen Einstiegsphase für den Spieler durch sich ständig wiederholende Tätigkeiten außerordentlich frustrierend ist, können wir nun einmal unseren Lesern nicht empfehlen." *(ch)* ▌

Neue Details zu Dolphin und Game Boy Advance enthüllt

Nintendo of Americas Marketingleiter Peter Main hat aggressive Preispläne für beide Systeme bestätigt.

Seattle. Nintendo of Americas Marketingleiter Peter Main hat während einer Rede auf der GMK Spielwarenkonferenz unterstrichen, dass sowohl Nintendos neues 128-Bit-System Project Dolphin als auch der für Ende 2000 geplante Game Boy Advance preisseitig „massenmarkttauglich" positioniert werden sollen. „Im Handheldbereich wird der Game Boy Advance einen leistungsmäßigen Quantensprung gegenüber dem derzeitigen Game Boy Color darstellen", kündigte Main an. „Dies wird genauso und mit dem gleichen niedrigen Stromverbrauch möglich sein wie bei unserer derzeitigen Technologie. In der nahen Zukunft werden wir auch einige spannende Möglichkeiten enthüllen, wie man den Game Boy Advance mit dem Dolphin verbinden kann." Zudem versicherte Main, dass man mit Dolphin zu einem niedrigen Verkaufspreis mindestens die technische Leistung der PlayStation 2 erreichen werde. Nach Peter Main ist es doch möglich, dass Dolphin auch weltweit als DVD-fähige Konsole erscheint. „Wir kooperieren mit Matsushita, um eine durchgängig designte Dolphin-Konsole zu entwickeln, die nur zum Spielen da ist. Zudem wird Matsushita die Dolphin-Technologie in einem mehr auf Heimunterhaltung ausgerichteten Gerät verwenden, das zuerst in Japan erscheinen wird." *(ch)* ▌



Peter Main, Nintendo: Dolphin kommt eventuell doch als DVD-Player.

Softwareliefersituation bei Dreamcast entspannt sich

Fortsetzung von Seite 1

„Allerdings beobachten wir auch bei den Softwareumsätzen keinen PlayStation-Effekt, dass der Kunde durch die Bank zu jeder Software greift", sagt Ziegler. Der PlayStation-Umsatz liegt nach Zieglers Angaben im Gegensatz zum Dreamcast-Verkaufsstart nun über dem des Wettbewerbers. Wegen der jüngsten Niedrigpreisaktionen bei einigen Händlern reagiere der Kunde jedoch sehr sensibel auf den Hardwarepreis. „Ich weiß, dass bei einigen Kollegen Dreamcast nicht so gut läuft, wir können uns jedoch nicht beklagen", stellt Tolga Diethelm, Geschäftsführer von Order in Time fest. „Im Gegenteil: Das Geschäft läuft bombastisch, nur fehlt es uns leider an Ware. Sega liefert uns jede Woche eine gewisse Stückzahl, wir könnten jedoch viel mehr verkaufen. Wir haben Sega früher, noch zu Saturn-Zeiten, bereits immer gut verkauft und unsere Kunden wissen, dass wir in diesem Bereich ein gutes Angebot haben." Dynatex-Geschäftsführer Hans-Jürgen Grahl hat dagegen Ware auf Lager: „Der Freak besitzt jetzt die Konsole. Nun warten wir auf eine Werbeoffensive von Sega. Der Hype, den ich eigentlich erwartet hatte, ist nicht eingetreten." Weiterhin zufrieden mit den Durchverkäufen äußert sich Karstadt-Zentraleinkäufer Werner Kasper. „Der Abverkauf läuft nach wie vor gut", so Kasper. „Sehr ärgerlich ist jedoch die Liefersituation im Bereich des Zubehörs. So sind praktisch keine Scartkabel zu bekommen. Ähnlich sieht es mit den Keyboards aus. Die Software-Situation ist in Ordnung. Hier gibt es jedoch bereits große Mengenunterschiede beim Abverkauf der einzelnen Titel." Bei Karstadt verkaufen sich derzeit *Virtua Fighter 3tb*, *Ready2Rumble* und *Sega Rally 2* am besten. Frederic Bichat von ProMarkt hatte Dreamcast jedoch stärker eingeschätzt. „Alle unsere Filialen haben derzeit noch Bestände, die für diesen Monat auch noch ausreichen werden", sagt Bichat. „Die Software/Hardware-Ratio ist jedoch größer als damals bei der PlayStation." Sega Deutschland hat sich zum Durchverkauf, zur Liefersituation speziell beim Zubehör und möglichen Marketingmaßnahmen zur Erreichung einer breiteren Zielgruppe nicht offiziell geäußert. *(ch)* ▌

Foto: Nintendo of America

Börse Aktuell

Ausgesuchte Werte aus dem Bereich der Computer- und Videospiele-Branche vom 5. November 1999

Company	Kürzel/WKN	Kurs	Veränderung in %
3dfx Interactive	TDFX	9,69	0,62 ▲
3Dlabs Inc.	TDDD	3,06	4,08 ▲
3DO Company	THDO	8,06	7,47 ▲
Acclaim Entertainment	AKLM	6,88	-3,51 ▼
Activision	ATVI	15,38	8,85 ▲
Adrenalin Interactive	ADRN	3,69	-4,90 ▼
Advanced Micro Devices	AMD	21,25	7,27 ▲
ATI Technologies	ATYT	9,56	0,95 ▲
Best Buy Co. Inc.	BBY	50,63	-9,18 ▼
*Capcom Co.	9697	5700,00	11,98 ▲
CenterSpan Comm.	CSCC	15,25	-6,15 ▼
CompUSA Inc.	CPU	5,94	4,39 ▲
*COMPUTEC MEDIA	CMD	31,30	-2,19 ▼
Creative Technologies	CREAF	13,50	12,50 ▲
*Cryo Interactive	6678	26,00	-2,99 ▼
Disney (Walt) Co.	DIS	24,31	-8,26 ▼
eGames	EGAM	2,13	-7,79 ▼
Eidos Plc.	EIDSY	79,50	13,88 ▲
Electronic Arts	ERTS	81,88	1,32 ▲
Electronics Boutique	ELBO	20,75	1,82 ▲
*ELSA AG	ELS	45,50	5,57 ▲
eToys Inc.	ETYS	52,56	-12,03 ▼
Fox Entertainment Group	FOX	21,31	-1,48 ▼
GT Interactive	GTIS	3,00	7,14 ▲
*Guillemot	6672	71,00	1,57 ▲
Hasbro Inc.	HAS	23,06	11,78 ▲
*Infogrames	5257	89,00	998,77 ▲
Intel	INTC	82,38	6,38 ▲
Interactive Magic	IENTC	1,88	40,30 ▲
Interplay Entertainment	IPLY	2,09	-9,52 ▼
*Kalisto Entertainment	7315	27,70	-7,36 ▼
*Karstadt AG	627500	45,05	3,33 ▲
!Kingfisher Plc.	KGF	671,00	0,98 ▲
Kmart Corporation	KM	10,06	0,00 ▲
*Konami Company Ltd.	9766	11.030,00	9,21 ▲
Labtec Inc.	LABT	4,00	0,00 ▲
Logitech	LOGIY	19,38	7,67 ▲
Mattel	MAT	13,38	-0,45 ▼
Microsoft	MSFT	91,56	-1,08 ▼
Midway Games	MWY	21,13	5,97 ▲
*Nintendo Company Ltd.	7974	16.350,00	-1,27 ▼
Nvidia Corporation	NVDA	28,25	27,65 ▲
!Rage Software Plc.	RGE.L	47,75	16,46 ▲
Recoton Corporation	RCOT	5,81	-8,93 ▼
S3 Inc.	SIII	9,88	-1,20 ▼
*Sega Enterprises	7964	1.985,00	6,04 ▲
Silicon Graphics Inc.	SGI	7,31	-5,68 ▼
Sony Corp. (US-Listing)	SNE	164,69	3,09 ▲
*Square Co.	9620	8200,00	8,75 ▲
Take Two Interactive	TTWO	11,38	9,63 ▲
!Tesco Plc.	TSCO.L	186,75	3,18 ▲
THQ	THQI	41,19	0,15 ▲
*Titus	18059	119,60	-0,33 ▼
Toys `R´ Us	TOY	16,13	14,15 ▲
*Ubi Soft	5447	142,00	1,94 ▲
Wal-Mart Stores Inc.	WMT	58,06	3,11 ▲

Kursangaben in US-Dollar | **! Kursangabe in engl. Pfund**
*** Kursangabe in Euro** | *** Kursangabe in Yen**

DIE NEUE VERBUNDGRUPPE

McMEDIA®

...zeigt Ihnen SCHWARZ auf weiß,
daß Sie mehr VERKAUFEN können!

Ich will es SCHWARZ auf weiß!

Beweisen Sie mir, daß Multimedia-Fachhändler

durch das McMEDIA-Marketing mehr verkaufen können!

Firma: _____ **PLZ / Ort:** _____

Ansprechpartner: _____ **Tel. / Fax:** _____

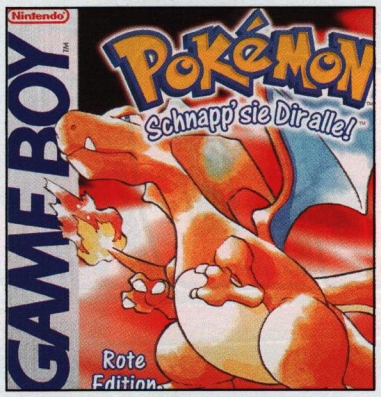
Straße: _____ **eMail:** _____

McMEDIA · Daimlerring 4 · 31135 Hildesheim · Fon: 05121 - 76 17 31 · Fax: 05121 - 76 17 27 · eMail: info@mcmedia.de

Europäischer Pokémon-Start erfolgreicher als in den USA

Nintendo rechnet in Europa mit 1,5 Millionen verkauften Spielen bis Weihnachten. In Japan und USA sind laut Unternehmensangaben bereits 18 Millionen Einheiten abgesetzt worden.

Großostheim. Nintendo of Europe meldet für Europa überragende Verkaufszahlen für die Game-Boy-Reihe *Pokémon*. Mehr als 100.000 Pokémon-Spiele setze das Unternehmen in Europa derzeit pro Woche an Konsumenten ab. Laut Nintendo of Europe habe man damit sogar den großen Verkaufserfolg in den Vereinigten Staaten überboten. „Weltweit ist *Pokémon* bereits ein Riesenerfolg. Und nun setzt dieses Phänomen in Europa seinen Siegeszug fort", sagt David Gosen, Managing Director Marketing & Sales Europe. „Wir sind auf dem besten Weg, bis Weihnachten 1,5 Millionen *Pokémon*-Spiele zu verkaufen", so Gosen weiter. Über die Verkaufszahlen in Deutschland machte Nintendo unterdessen keine Angaben. Die weltweit etwa 1.500 erhältlichen *Pokémon*-Lizenztitel hätten unterdessen bereits einen Umsatz von über fünf Milliarden US-Dollar eingebracht. In Japan und den USA wurden laut Nintendo bislang 18 Millionen *Pokémon*-Spiele verkauft. *(jf)* ▮



Pokémon, Game Boy: Weltweit wurden laut Nintendo bereits 18 Millionen Einheiten verkauft.

Erste Details zu Disney-Spiel von Nintendo durchgesickert

Die Edelschmiede Rare wird für Nintendo einen Fun-Racer mit Disney-Figuren für Nintendo 64 entwickeln.

Twycross. Nach Abschluss eines Kooperationsabkommens zwischen den Unternehmen Nintendo und Disney (MCV berichtete) sind nun erste Details zu dem ersten N64-Projekt der beiden Firmen veröffentlicht worden. Das britische Entwicklerstudio Rare wird für Nintendo 64 einen Funracer mit dem Titel *Mickey Speedway USA* programmieren. Das Spiel soll voraussichtlich Weihnachten 2000 in den Vereinigten Staaten auf den Markt kommen. Konkrete Details über den Spielinhalt wurden hingegen noch nicht bekannt gegeben. „*Zelda Gaiden* wird einen starken Mittstreiter im Weihnachtsgeschäft 2000 haben – in Form eines großartigen, familienfreundlichen Werks von Disney Interactive und unseren Partnern von Rare", sagt Peter Main, Nintendos Marketing-Boss in den USA. „Wie Sie vielleicht wissen, hat Disney das Jahr 2000 zum „Jahr der Micky Maus" erklärt und *Mickey Speedway USA* wird ein wesentlicher interaktiver Teil davon sein", erklärt Main gegenüber der Presse. *(jf)* ▮

Im Rahmen des Kooperationsabkommens zwischen Nintendo und Disney wird zunächst ein Fun-Racer mit dem Titel Mickey Speedway USA erscheinen.

In den Studios der Edelschmiede Rare wurden bereits zahlreiche Spielehits entwickelt, darunter GoldenEye 007 und Diddy Kong Racing. Auch der mit Spannung erwartete 007-Nachfolger Perfect Dark entsteht hier.

Fotos: Rare

iEN kündigt Lizenz-Vertrag mit Netplayer

Gütersloh. Interactive Magic hat den Lizenzvertrag mit PlayerNetwork OGS GmbH fristlos gekündigt. Dies teilte Interactive Magic nun mit. Player Network betreibt die Online-Gaming-Site Netplayer. Das Unternehmen hatte die Online-Flugsimulation *WarBirds* von Interactive Magic lizenziert. Grund für den Abbruch der Vertragsbeziehung sind laut Interactive Magic eine Reihe von Vertragsverstößen seitens der Player Network OGS GmbH. Details darüber, worum es sich bei den Verstößen handelt, teilte das Unternehmen nicht mit. *(jf)* ▮

Microsoft bietet kostenlose Anti-Viren-Software an

München. In Zusammenarbeit mit den führenden Anti-Viren-Software-Herstellern bietet Microsoft jetzt auf seiner Webseite kostenlose Anti-Viren-Software an. Der Konzern vermutet, dass Privat-Anwender und kleinere Unternehmen im Rahmen der Millennium-Umstellung böswilligen Hackern zum Opfer fallen könnten. Man glaubt, dass möglicherweise unseriöse Anbieter mit Jahr-2000-Serviceangeboten Viren in Umlauf bringen. Bis Jahresende stehen die Anti-Virus-Programme für eine dreimonatige Nutzung auf der Microsoftseite zum Download bereit. *(bs)* ▮

Soll & Haben

THQ verdoppelt Nettogewinn im dritten Quartal

Calabasas. THQ Inc. meldet auch für das dritte Quartal des Geschäftsjahres 1999, das am 30. September endete, wieder Rekordergebnisse. So konnte das Unternehmen den Nettogewinn im Gegensatz zum Vorjahresvergleichszeitraum mit 2,246 Mio. US-Dollar auf aktuelle 4,941 Mio. US-Dollar mehr als verdoppeln. Der Quartalsumsatz beträgt 44,289 Mio. US-Dollar. Im Vergleich zu 26,23 Mio. US-Dollar im dritten Quartal 1998 entspricht dies einer Steigerung um 69 Prozent. *(us)* ▮

Midway erzielt über 11 Mio. US-$ Gewinn im 2. Quartal

Chicago. Midway Games Inc. meldet für das am 30. September abgeschlossene erste Quartal des Geschäftsjahres 2000 Rekordergebnisse. So konnte das Unternehmen einen Nettogewinn in Höhe von 11,347 Mio. US-Dollar generieren. Im Vorjahresvergleichszeitraum betrug dieser 9,807 Millionen US-Dollar. Der Umsatz konnte von 89,339 Millionen US-Dollar um 19,3 Prozent auf aktuelle 106,602 Millionen US-Dollar gesteigert werden. *(us)* ▮

EA meldet über 18 Mio. US-$ Gewinn im 2. Quartal

Redwood City. Electronic Arts bleibt auch im zweiten Quartal des laufenden Geschäftsjahres 1999 weiterhin auf Erfolgskurs. So konnte das Unternehmen am 30. September einen Nettogewinn von 18,13 Mio. US-Dollar ausweisen. Der Umsatz konnte von 245,76 Mio. US-Dollar in der Vorjahresperiode um 38 Prozent auf 338,88 Mio. US-Dollar gesteigert werden. Auf Halbjahresbasis ergibt sich somit bereits ein Umsatz von rund 525 Mio. US-Dollar. *(us)* ▮

Aureal muss über sechs Mio. $ Verlust ausweisen

Fremont. Aureal Inc. musste das dritte Quartal 1999 mit einem Nettoverlust von 6,4 Mio. US-$ abschließen. Im Vorjahresquartal betrug dieser 4,1 Mio. US-$. Der Umsatz konnte jedoch von 7,5 Mio. US-$ in der Vorjahresperiode um 48 Prozent auf 11,2 Mio. US-$ gesteigert werden. *(us)* ▮

Logic 3 logisch!

PC HURRICANE
Art.12058

- Massiver 8-Knopf Joystick
- Mikroschalter
- Gummierte, rutschfeste Oberfläche
- Variables Turbofeuer
- Inklusive Winows 95/98 Treiber

GAMEBOY ORGANIZER
Art.12063/12064

- Zur Aufbewahrung des kompletten GameBoy Zubehörs (Netzteil, Link-Kabel, Licht+Lupe, Batterie-Akku)
- Optik wie ein grosser GameBoy
- Erhältlich in grau und violett
- Frontbild individuell auswechselbar

SOUND STATION
Art.12059/12060

- Erstes Soundsystem für Playstation und Dreamcast!
- 300 Watt 3 Wege Subwoofer-System
- Ausserdem kompatibel zu: PC, Mac, Walkman, Discman, MP3
- Inklusive Netzteil und aller Adapter
- Erhältlich in violett und iMac-blau

TOPDRIVE REACTOR
Art.12061

- „Active Feedback" Lenkrad für die Playstation
- Die neue „Jog-Con" Technologie wandelt Dual-Shock Informationen in Drehbewegungen um
- Abwärts kompatibel zu allen Dual Shock Rennspielen
- Regelbare Empfindlichkeit

DREAM STATION
Art.12062

- Ordentliche und kompakte Aufbewahrung für Dreamcast oder Playstation und Controller
- Kann direkt unter einem Fernseher oder einem Videorecorder plaziert werden
- Innovatives Design, das sowohl ausreichende Belüftung als auch Schutz vor Staub gewährleistet

Logic 3®
http://www.spectravideo.com

Vertrieb:
Leisuresoft GmbH
Robert-Bosch-Str. 1 · 59199 Bönen
Tel: 02383/69-0 · Fax: 02383/69-500

LEISURESOFT GmbH
http://www.leisuresoft.de

Personalien

Thomas Mouhlen

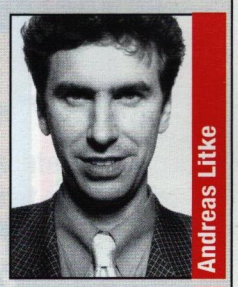
Thomas Mouhlen (33) ist als neuer Key Account/OEM Manager bei Havas Interactive Deutschland eingestiegen. Zu seinem Aufgabengebiet gehört die Betreuung der Key-Account-Zentralkunden und der Aufbau des OEM-Geschäftes. Mouhlen ist gelernter Radio- und Fernsehtechniker und war zunächst im Vertrieb eines Hardware-Großhändlers tätig. Später wechselte er zum Publisher BMS Modern Games, wo er drei Jahre lang als Key Account Manager beschäftigt war.

Sven Meyer (34), Director Sales GSA bei Buena Vista International Television, wird das Unternehmen zum 30. November verlassen. Er ist seit Juni 1998 in der Firma beschäftigt und wird sich jetzt als teilhabender Geschäftsführer und Vorstandsmitglied bei der Entertainment-, Video- und Game-Production-Firma 3DD in München einem neuen Aufgabengebiet widmen.

Sven Meyer

Detlev Grimm

Der seit Juni 1999 bei Eidos Interactive als Außendienstleiter beschäftigte **Detlev Grimm** (45) wird das Unternehmen verlassen. Sein Aufgabengebiet wird mit sofortiger Wirkung von Key Account Manager **Andreas Litke** (37) zusätzlich übernommen. Aufgrund dieser erweiterten Verantwortung wird Litke zudem zum stellvertretenden Vertriebsleiter ernannt. Im Rahmen dieser erforderlichen Umstrukturierungen der Vertriebsabteilung von Eidos Interactive übernimmt nun **Frank Laudahn** (30) die Position des Key Account Junior Managers. Laudahn war bisher bereits bei Eidos Interactive in der Abteilung Telefonverkauf beschäftigt.


Andreas Litke

Frank Laudahn

Monika Boes (24), die bereits im Telefonverkaufsteam von Eidos Interactive schwerpunktmäßig mit der Betreuung des Handels in den Verkaufsbezirken Mitte, Südwest und Süd beschäftigt war, wird ab sofort für sämtliche Aufgaben in diesem Unternehmensbereich die alleinige Verantwortung tragen.

Monika Boes

Fotos: Psygnosis, Havas Interactive., Eidos Interactive (4), Microsoft

Stoppt Richterspruch Wachstum von Microsoft?

Redmond. Der Richterspruch im Kartellverfahren gegen Microsoft (MCV berichtete) könnte laut Expertenmeinung schwere Auswirkungen auf die erfolgreiche Expansion des Unternehmens, gerade in Bereichen mit großem Wachstumspotenzial, haben. Dies wären vor allem Segmente, in denen der Konzern bis dato über keine marktführende Position verfüge. Hierzu gehörten vor allem Internet, Mobile Internet und Digital Home Entertainment. Ein US-Gericht hatte das weltweit führende Software-Unternehmen am vergangenen Freitag nach Börsenschluss in einem vorläufigen Bescheid für schuldig befunden, seine Monopolstellung ausgenutzt und Kunden sowie Wettbewerber benachteiligt zu haben. Danach brach der Aktienkurs des Software-Riesen sowohl im europäischen als auch im amerikanischen Markt massiv ein. Uneinig sind sich Analysten auch über die langfristigen Auswirkungen einer Aufteilung des Unternehmens in drei oder vier Bereiche, wie von verschiedener Seite vorgeschlagen. Dabei gehen die Meinungen von der Hoffnung auf eine schnelle Erholung bis hin zur Befürchtung, dass eine Aufteilung des Konzerns keine Überlebenschance für die einzelnen Gesellschaften biete. Trotz aller besorgniserregender Vermutungen und Expertenäußerungen hatte sich die Aktie bereits am Montag bis zum Börsenschluss in New York wieder deutlich erholt, was im Vergleich zum Freitagswert nur noch ein Minus von 1,8 Prozent bedeutete. *(us)* ▮

Bill Gates, Microsoft: Einige Analysten schlagen dem Software-Tycoon vor, sein Unternehmens-Imperium in mehrere Teile zu zerlegen.

TopWare setzt die Zusammenarbeit mit Metropolis fort

Mannheim. Die TopWare GmbH hat das Publishingabkommen mit dem polnischen Entwicklungsstudio Metropolis ausgeweitet. TopWare Interactive wird das Metropolis-Spiel mit dem Arbeitstitel *Two Worlds* weltweit auf den Markt bringen und vermarkten. Bei *Two Worlds* handelt es sich laut TopWare um ein Third-Person-Rollenspiel

TopWare Interactive veröffentlichte bereits den Titel RoboRumble von Metropolis für PC (Bild).

für den PC. Das Spiel soll zu Beginn des übernächsten Jahres auf den Markt kommen. Die beiden Firmen haben bereits bei dem Titel *RoboRumble* zusammengearbeitet, den TopWare Interactive weltweit publiziert hat. *(bs)* ▮

Strategie – Computerspiele von französischem Hersteller

Produktmanager/in

Produktmanager/in

mit internationaler Verantwortung

Wir sind erfolgreich. Als junges und stark wachsendes Softwareunternehmen entwickeln und vermarkten wir Strategie-Computerspiele.

Unser Spiel „Wall Street Trader – Börsenfieber" als Simulation des Börsengeschäfts hat Interessenten und einen guten Absatz überall in Europa gefunden. Unsere Produktinnovation des laufenden Jahres stellt das Spiel „Start-up" dar, das die Neugründung eines Unternehmens simuliert.

Wir suchen in einer neu geschaffenen Position den/die

Produktmanager/in mit internationaler Verantwortung.

Zu Ihren Aufgaben zählen die Positionierung des Unternehmens und seiner Produkte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Sie werden effiziente Marketingstrategien entwickeln, steuern und umsetzen. Werbung und Verkaufsförderung, Messeorganisation und Öffentlichkeitsarbeit runden den Aufgabenbereich ab.

Ein leistungsfähiges Team wird Sie bei der Aufgabe unterstützen.

Neben der Gesamtverantwortung für alle Marketingaktivitäten in den drei beschriebenen Märkten erwarten wir eine starke persönliche Vorliebe für Strategie-Computerspiele.

Unser Idealkandidat hat ein kaufmännisch-betriebswirtschaftliches Studium absolviert und verfügt über eine erste Erfahrung (mind. 2-3 Jahre) im Bereich Handelsmarketing von Spielen.

Wir erwarten ein hohes Maß an sozialer Kompetenz und Teamfähigkeit, Überzeugungskraft und den Willen, Dinge nach vorne zu be-wegen. Der Dienstsitz ist im Herzen von Paris.

Daher sind gute Sprachkenntnisse der englischen und/oder französischen Sprache unerlässlich.

Für weitere Informationen steht Ihnen unser Berater, Herr Wulf Eckardt, unter der Rufnummer 00 33/1/56 59 12 00 gerne zur Verfügung. Er sichert Ihnen Vertraulichkeit und die sorgfältige Beachtung von Sperrvermerken zu.

Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen (tabellarischer Lebenslauf, Zeugniskopien, Lichtbild, Angabe des Gehaltswunsches/Eintrittstermins) senden Sie bitte unter der **Kennziffer 37694** an **Kienbaum Executive Consultants , 29 rue de Lisbonne, F-75008 Paris.**

Kienbaum
Executive Consultants

Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Österreich, Polen, Schweiz, Tschechien, Ungarn, Brasilien, Singapur, Südafrika

Hol' mehr aus Dir raus!

HASBRO Interactive

Start. Game. NOW!

ATARI

Now on sale.

Im Exklusiv-Vertrieb von:
LEISURESOFT GmbH
Robert-Bosch-Straße 1 • 59199 Bönen
Tel.: 023 83 / 69-0 • Fax: 023 83 / 69-500 • www.leisuresoft.de

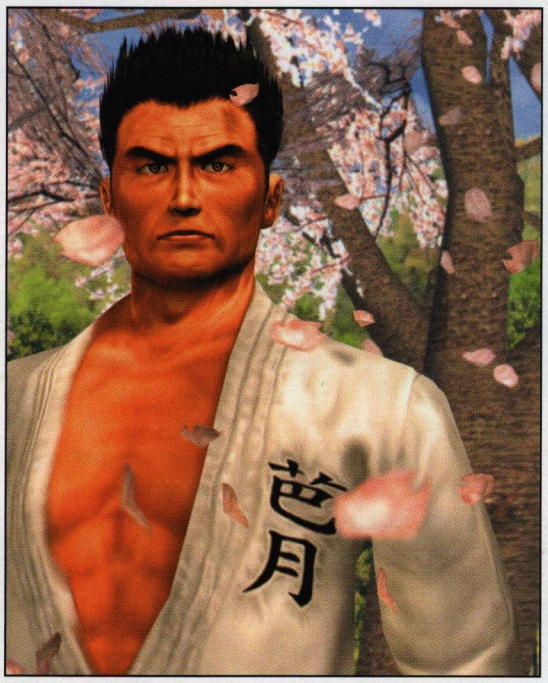
Auch für PC CD-ROM

© 1999 Hasbro Interactive Inc. Atari ist ein eingetragenes Warenzeichen von und © 1999 Atari Interactive ein Tochterunternehmen von Hasbro Interactive Inc.

Segas Hoffnungsträger Shen Mue erneut verschoben

Wann das designierte Meisterwerk des Sega-Starentwicklers Yu Suzuki bei uns erscheint, ist weiterhin nicht abzusehen. In Japan wurde der Dreamcast-Titel um einen weiteren Monat verschoben.

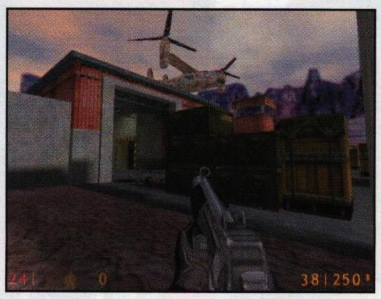
Tokio. *Shen Mue*, das von Presse und Hersteller bereits im Vorfeld als revolutionäres Meisterwerk des japanischen Starentwicklers Yu Suzuki hochgelobte Adventure, scheint sich für Sega immer mehr zu einem Albtraum zu entwickeln. Der Veröffentlichungstermin des Dreamcast-Spiels wurde bereits zahlreiche Male verschoben. Zuletzt hieß es, der Titel werde im März 2000 in Japan auf den Markt kommen. Nun wurde der Release ein weiteres Mal um einen Monat aufgeschoben. Dies bedeutet, dass *Shen Mue* in den USA und in Europa nicht vor dem kommenden Herbst erscheinen wird. Warum es zu einer weiteren Verschiebung des Titels kommt, ist bislang nicht bekannt. Sega bestätigte die Zeitplanverschiebung, nachdem einige Distributoren alle Vorbestellungen für den Titel gestrichen hatten. Von *Shen Mue* erwartet sich Sega eine dramatische Belebung des Hardware-Geschäftes. Mit Ausnahme weniger Verkaufswochen führt die Sony PlayStation auch seit dem Dreamcast-Start in Japan die dortigen Hardwarecharts weiterhin an. Nach den letzten Famitsu-Zahlen aus der Verkaufswoche vom 11. bis zum 17. Oktober führt Sony mit 16.828 verkauften PlayStation weiter vor Segas Dreamcast mit 13.308 in diesem Zeitraum abgesetzten Geräten. *(jf)* ▮



Die Charaktere in Shen Mue verfügen über eine eigene Mimik und Verhaltensweisen. In Europa wird der Titel jedoch nicht vor Herbst 2000 erscheinen.

Half-Life-Nachfolger für Sommer 2000 erwartet

Torrance. Havas Interactive und der Entwickler Valve arbeiten derzeit an der Fortsetzung des erfolgreichen Action-Adventures *Half-Life*. Der Titel soll jedoch nicht nur für PC, sondern auch für Sega Dreamcast erscheinen. Beide Spiele sollen voraussichtlich im Sommer nächsten Jahres veröffentlicht werden. Zudem denkt Havas Interactive offensichtlich auch über eine PlayStation- oder gar eine PlayStation-2-Version nach. Die Entwicklung einer Mac-Version wurde unterdessen aufgegeben. Zunächst soll jedoch das *Half-Life*-Add-On *Opposing Forces* für PC mit neuen Levels und Spielmodi erscheinen. *(bs)* ▮



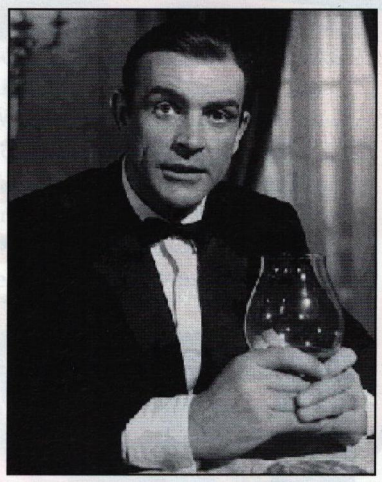
Half-Life, PC: Der Nachfolger des Action-Adventures soll offensichtlich auch für PlayStation 2 erscheinen.

Foto: Paramount

SCi-Spiel zum legendären Postraub stößt auf Kritik

Bereits beim Lizenzerwerb wird Sales Curve Interactive vorgeworfen, mit dem Spiel eine Straftat zu verherrlichen.

London. Der englische Entwickler Sales Curve Interactive (SCi) hat sich die Entwicklungsrechte für den Titel *The Great Train Robbery* gesichert. Das Spiel thematisiert den legendären Postraub in Großbritannien, bei dem 1963 sechzehn Männer beim Überfall auf einen Postzug eine Summe von 2,6 Millionen Pfund erbeuteten. Neben der Film-Lizenz erhält SCi bei der Entwicklung zudem die Unterstützung der beiden Posträuber Ronnie Biggs und Bruce Reynolds, die den Überfall überlebt hatten. Mit der Bekanntgabe des Deals stieß das Unternehmen gleichzeitig auf harsche Kritik. Der Sohn eines bei dem Postraum umgekommenen Mannes, John Mills, bezeichnete das Spiel gegenüber SCi als „krank". „Diese Männer sind keine Helden, mit dem Spiel transportiert man die Botschaft, Rauben sei in Ordnung", so John Mills. SCi musste sich bereits mit dem in Deutschland indizierten Titel *Carmageddon* der Kritik von Jugendschützern stellen. Bill Innes, Sales Director von SCi, streitet ab, dass das Unternehmen ein Verbrechen zu ihrem Vorteil nutze. „Es ist kein gewaltverherrlichendes Spiel und es gibt keinen Grund, den Titel als ekelhaftes Spiel zu bezeichnen. Doch ich bin mir trotzdem im Klaren darüber, dass wir einiges an Kritik seitens der englischen Presse einstecken werden", so Innes. *(jf)* ▮



Sean Connery spielte eine der Hauptrollen in dem 1979 erschienenen Kinofilm The Great Train Robbery über den legendären englischen Postraub.

Kurz & Wichtig

Soul Reaver für Dreamcast in Entwicklung

Wimbledon. Publisher Eidos Interactive wird den Titel *Soul Reaver* für Sega Dreamcast auf den Markt bringen. Online-Services berichten, die Portierung des zuvor für PlayStation und PC erschienenen Action-Adventures sei bereits kurz vor der Fertigstellung. *(jf)* ▮

Auch Dreamcast nun mit MOD-Chip erhältlich

Dundas. Die kanadische Firma Ultimate Video Game Accessories bietet auf ihrer Web-Seite modifizierte Dreamcast an. Die mit einem MOD-Chip umgebauten Konsolen sollen neben den US-Versionen auch für japanische und europäische Spiele verwendbar sein. Zurzeit können die Spieler zwischen einer Japan/US-Version und einer Japan/PAL-Version wählen. Der Anbieter plant, zukünftig auch eingesandte Konsolen umzubauen. Ultimate Video Game Accessories hat auch ein DreamStation genanntes Gerät im Angebot. Damit ist es möglich, die Sony-Dual-Shock-Controller anstelle des Dreamcast-Controllers zu verwenden. Angeblich werden sämtliche Funktionen des Controllers unterstützt, auch Lenkräder sollen funktionieren. Der Adapter kostet 29,95 US-Dollar. Was die umgebaute Konsole kosten wird, stand noch nicht fest *(bs)* ▮

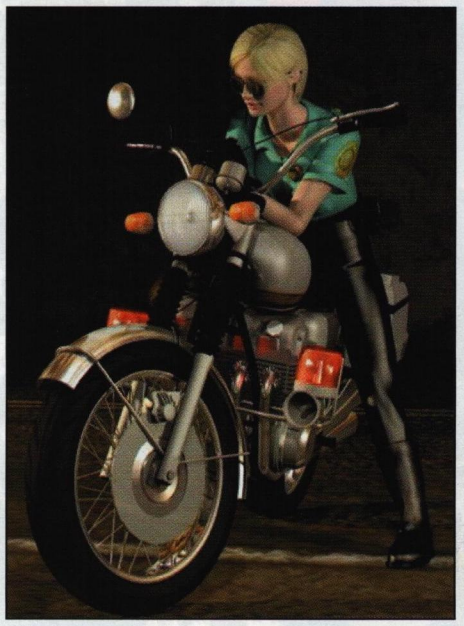
LucasArts entwickelt Star-Wars-Titel für PlayStation 2

San Rafael. Der US-amerikanische Entwickler LucasArts arbeitet derzeit bereits an zwei Titeln für die zunächst im März 2000 in Japan auf den Markt kommende PlayStation 2. Dies berichten amerikanische News-Dienste. Einer der Titel soll angebliche diverse *Star Wars*-Charaktere beinhalten. Weitere Einzelheiten wurden aber noch nicht bekannt gegeben. Das Entwicklungsteam von LucasArts wurde erst kürzlich durch den Fortgang von Dave Coathupe, der an der Entwicklung von *Star Wars Episode 1: Racer* beteiligt war, und Gary Brubaker, der am Titel *Indiana Jones und der Turm von Babel* maßgeblich mitwirkte, geschwächt. *(bs)* ▮

Die Würfel...

Konamis Silent Hill für Animations-„Oscar“ nominiert

Die Rendersequenzen des erfolgreichen PSX-Gruselspiels gehören laut der Grafiker-Vereinigung SIGGRAPH zu den derzeit besten und innovativsten interaktiven Animationen.



Silent Hill, PlayStation: Die Rendersequenzen überzeugten die Jury der SIGGRAPH. Konami gehörte zu den 44 für das Künstler-Festival nominierten Firmen.

Frankfurt. Das Grusel-Adventure *Silent Hill* des japanischen Publishers Konami hat eine künstlerische Auszeichnung erhalten. Die Rendersequenzen des PlayStation-Hits wurden für das Computer Animation Festival SIGGRAPH (Special Interest Group on Computer Graphics) nominiert. Laut Konami hat die Nominierung für die SIGGRAPH für Produzenten von computeranimierten Grafiken ähnliche Bedeutung wie der Oscar für die Filmbranche. Mehr als 650 Kandidaten aus den Bereichen Kunst, Medizin, Entertainment, Ingenieurwesen und Erziehung seien mit ihren besten grafischen Kunstwerken und High-Tech-Animationen im Wettbewerb um die begehrten Nominierungen angetreten. Letztlich seien nur 44 Computer-Grafiken auf dem Festival ausgestellt worden, darunter Konami als der einzige japanische Hersteller von Videospielen. „Diese Nominierung macht uns ausgesprochen stolz und spornt uns an, auch weiterhin hochwertige und anspruchsvoll gestaltete Spiele zu entwickeln“, sagt Kunio Neo, Geschäftsführer von Konami of Europe. „Und mit diesen Erfahrungen im Bereich der herausragenden Computer-Grafiken sind wir für die kommende Konsolengeneration bestens gerüstet“, so Neo weiter. *Silent Hill* wurde laut Konami weltweit 1,5 Millionen mal verkauft. In Deutschland erhielt das Spiel den VUD-Gold-Award für 100.000 verkaufte Einheiten. *(jf)* ▮

EMMA-Awards 1999 wurden in London verliehen

London. In London hat die diesjährige Preisverleihung für den Multimedia-Award EMMA-stattgefunden. Die Sieger im Bereich Entertainment sind für Kinder-Software *Redbeard's Pirate Quest* von Human Code Inc. Im Bereich Familien-Unterhaltung gewann *Trivial Pursuit Millennium Edition*, ebenfalls von Human Code Inc. In der Kategorie Action-Games errang *Hidden & Dangerous* von Take 2 den Sieg, im Bereich Adventure wurde *Redbeard's Pirate Quest* von Human Code Inc. prämiert. Preisträger für Simulationen wurde *MiG Alley* von Empire Interactive und als bestes Strategie-Spiel wurde *Homeworld* von Sierra Software ausgezeichnet. Der EMMA-Award wird seit acht Jahren vergeben. Teilnahmeberechtigt sind Wettbewerber aus aller Welt. Der Preis wird von der EMMA-Foundation verliehen, eine gemeinnützige Organisation, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, die Kreativität in interaktiven Medien zu fördern. Produkte in sechs übergeordneten Kategorien mit insgesamt 25 Untergruppen – sowohl Online-Angebote als auch Software – wurden geehrt. *(bs)* ▮

GTI peilt nun Doppel-Platin-Award für Driver an

Driver ist das bestverkaufte PlayStation-Spiel des Jahres 1999. GTI will nun 400.000 Einheiten in Deutschland verkaufen.

Hamburg. GT Interactive hat sich für seinen erfolgreichen PlayStation-Titel *Driver* große Ziele gesetzt: So erhofft man sich von der Autorennsimulation, dass sie die Schallmauer von 400.000 verkauften Einheiten innerhalb von zwölf Monaten nach Erscheinung durchbrechen werde. Somit wäre das Rennspiel im Stil der Siebziger Jahre reif für den vom VUD selten vergebenen Doppel-Platin-Award. „Wir sind begeistert von den Erfolgen, die *Driver* verzeichnet“, kommentiert Thomas Jäpel, Marketingleiter GT Interactive Software. „Bereits bei den ersten beiden Spielsequenzen, die uns vom Entwickler Reflections vorgelegt wurden, war uns klar, welch ungeheures Potenzial uns hier erwartet. Jetzt bleibt uns nur noch die nächste Hürde: der Doppel-Platin-Award des VUD.“ Die PSX-Version von *Driver* wurde bereits kurz nach dem Release vom VUD mit dem Gold-Award für 100.000 durchverkaufte Spiele geehrt. Im September folgte dann der Platin-Award für eine verkaufte Stückzahl von 200.000 Einheiten innerhalb von zwölf Monaten nach Veröffentlichung. Die Ernennung zum „Spiel des Jahres 1999“ von Seiten des COMPUTEC Verlags im Oktober setzt die Erfolgsgeschichte fort. *(us)* ▮

Driver, PlayStation: Neben dem Gold- und Platin-Award des VUD erhielt das actionreiche Rennspiel auch den COMPUTEC-Award „Bestes PlayStation-Spiel 1999“.

Kurz & Wichtig

Atlus erhält Publishingrechte für Ogre Battle 64

Irvine/Tokio. Der japanische Publisher Altus hat sich die Publishingrechte für das strategielastige Rollenspiel *Ogre Battle 3* für Nintendo 64 gesichert. In den USA soll der Titel unter dem Namen *Ogre Battle 64* im kommenden März erscheinen. Ursprünglich sollte Nintendo den Titel auf den Markt bringen. Aus nicht bekannten Gründen hat die Firma die Publishingrechte jedoch abgegeben. *(jf)* ▮

Stormfront entwickelt Spiele für PlayStation 2

San Rafael. Der US-amerikanische Entwickler Stormfront arbeitet derzeit an mehreren Spiele-Projekten für PlayStation 2. Derzeit gibt es noch keine Details über den genauen Inhalt der geplanten Spiele. Einer der Titel könnte das Rennspiel *NASCAR 2000* sein. Stormfront hat zuvor bereits einige Sport-Spiele und das Rollenspiel *Neverwinter Nights* für Electronic Arts entwickelt. *(jf)* ▮

Arc the Lad 3 soll auch außerhalb Japans erscheinen

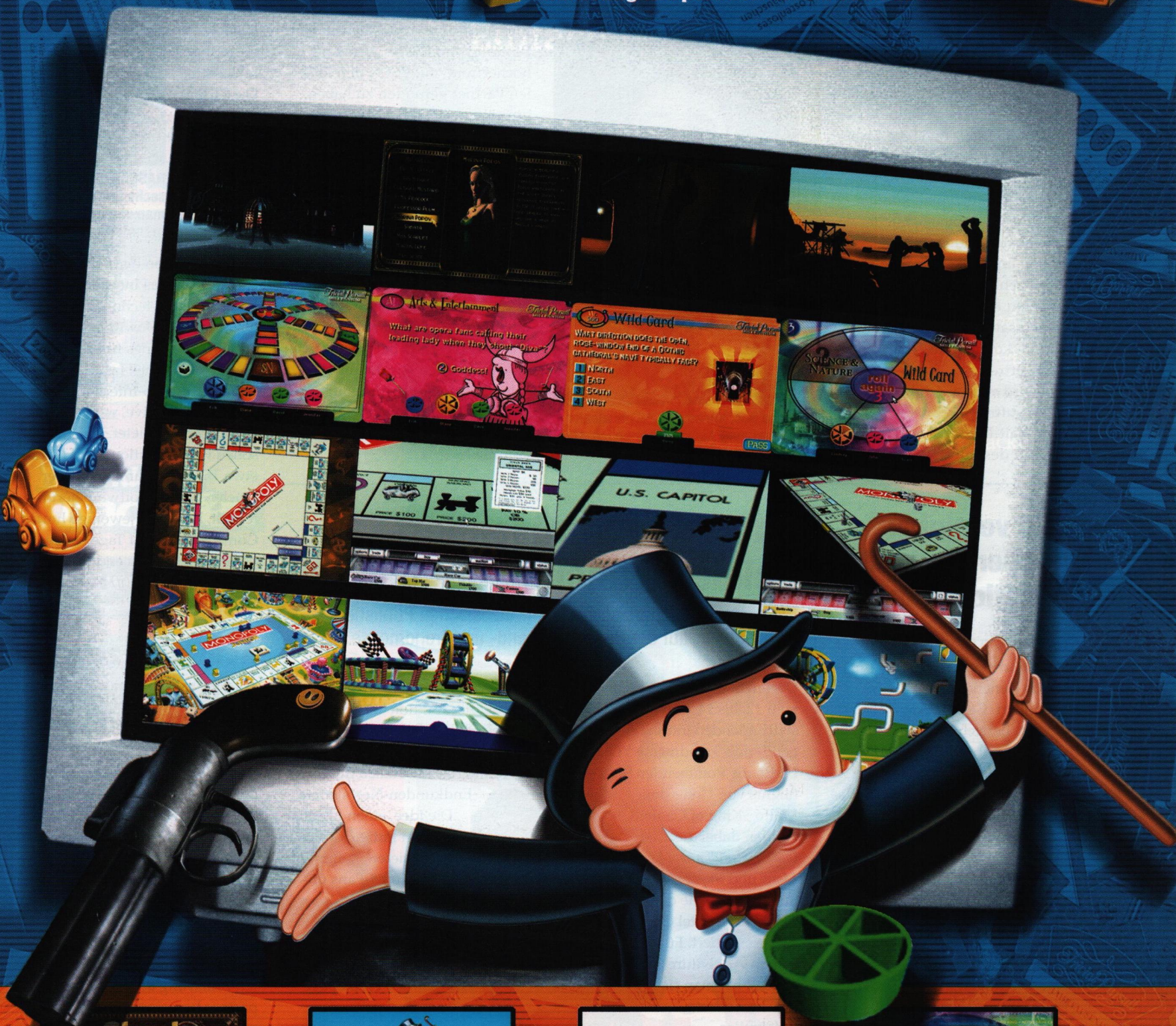
Tokio. Sony Computer Entertainment will das japanische Rollenspiel *Arc the Lad 3* auch außerhalb von Japan anbieten. Geplant ist zunächst eine englische Version. Bei dem Titel steubegleitet man den 14-jährigen Alec und seine Freunde Lutz und Cheryl auf ihren Abenteuern in einer Polygon-Welt. Ob das Spiel auch in Deutschland veröffentlicht wird, ist derzeit noch nicht bekannt. *(jf)* ▮

Sandbox Studios eröffnet neues Büro in Kanada

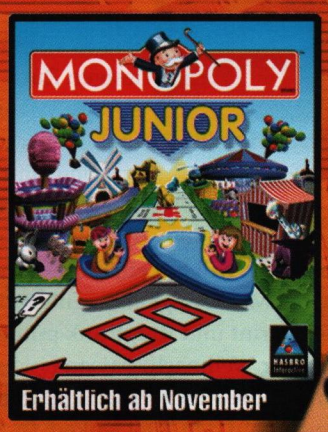
Plano. Wie jetzt bekannt gegeben wurde, hat Sandbox Studios ein Büro im kanadischen London eröffnet. Mit der Leitung dieses neuen Entwicklungsstudios wurde Gary Corriveau betraut. Corriveau ist in der Branche bekannt und war unter anderem für das Action-Adventure-Spiel *Montezumas Rache* verantwortlich. Die Eröffnung dieser neuen Niederlassung in Kanada ist nach Unternehmensangaben der erste Schritt einer weltweit geplanten Expansionsstrategie. *(us)* ▮

...die den Markt bewegen!

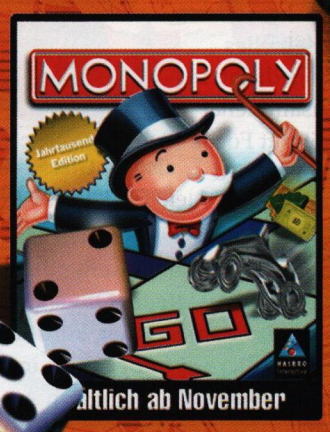
- PR-Kampagne in der zielgruppenrelevanten Fach- und Publikumspresse
- Auffällige Anzeigenkampagne in zielgruppenaffinen Publikationen
- Geloopte Promotion-CD-ROM-Videos für den Einsatz am Point of Sale
- Umfangreiches POS-Paket: u.a. Standees, Crowners, Posters, Flyer, Sales Sheets usw.
- Speziell zugeschnittene Handelskonzepte und Kooperationen
- Marketing Kooperationen im Food Bereich



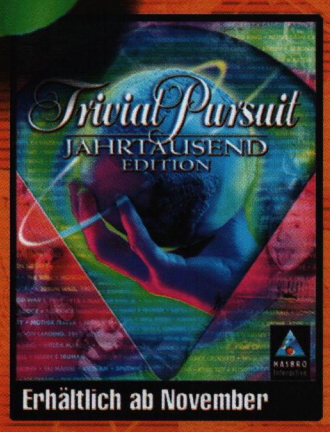
Erhältlich ab November



Erhältlich ab November



Erhältlich ab November



Erhältlich ab November

www.hide.de

Leisuresoft: Robert-Bosch-Straße 1, D-59199 Bönen, Tel.: 02383-690, Fax: 02383-69500

© 1999 Hasbro Interactive Inc. Alle Rechte vorbehalten. Veröffentlicht in Deutschland von Hasbro Interactive GmbH, Marktstraße 1, 33602 Bielefeld

Konami baut mit ESPN neue Marke für Sportspiele auf

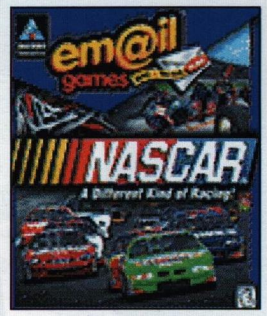
Der japanische Konsolenriese hat ein Kooperationsabkommen mit Disney Interactive und dem Sportinformationsdienst ESPN unterzeichnet.

Frankfurt. Konami of Europe hat ein Kooperationsabkommen mit den Firmen Disney Interactive und dem US-amerikanischen Sportinformationsdienst ESPN bekannt gegeben. Im Rahmen des Abkommens erhält Konami die Möglichkeit, das gesamte Know-how von ESPN sowie die Lizenzen von Top-Athleten aller Sportarten für die Entwicklung von Videospielen nutzen zu können. Der Konsolenspielehersteller verspricht sich zudem Synergieeffekte im Marketing-Bereich. Rund zehn Videospiele für alle relevanten Konsolen will Konami gemeinsam mit ESPN entwickeln und im kommenden Jahr weltweit vertreiben. Disney Interactive wird voraussichtlich als Publisher auftreten. ESPN gehört zum Walt-Disney-Konzern. 80 Prozent des Informationsdienstes befindet sich im Besitz des Fernsehsenders ABC. Neben vielen nationalen und regionalen TV-Sendern und Pay-TV-Programmen in den USA gehören auch Radiosender, Printmagazine und Internet-Informationsdienste zum Portfolio von ESPN. „Wir sind hocherfreut, mit ESPN den idealen Partner gefunden zu haben, um eine neue starke Marke bei Sportspielen aufzubauen", sagt Kunio Neo, Geschäftsführer von Konami of Europe. „Mit unseren Erfahrungen und unserem riesigen Vertriebsnetz helfen wir ESPN gleichzeitig, noch mehr Sport-Fans rund um den Globus anzusprechen", so Neo weiter. „Durch unsere führende Position im Sportbereich und Konamis Führungsposition bei interaktiven Spielen werden wir die mit Abstand besten Sportspiele auf den Markt bringen können", erklärt George Bodenheimer, Präsident von ESPN. *(jf)*

Kunio Neo, Konami: ESPN als idealer Partner zum Aufbau einer neuen, starken Marke bei Sportspielen.

Hasbro startet nicht-physische Spiele-Distribution

Beverly. Hasbro Interactive hat ein Kooperationsabkommen mit Digital River, einem der führenden Anbieter von internetbasierten Systemen zur Geschäftsabwicklung, abgeschlossen. Die Zusammenarbeit ermöglicht Hasbro Interactive den Verkauf und erstmals die Distribution der neuen Em@il Games über das Internet. Digital River wird die technische Abwicklung des Downloads und des Direkt-Marketings für die Spiele übernehmen, die Hasbro Interactive über die US-Internetseite von Hasbro Interactive, www.email-games.com, anbietet. Die Spiele sollen wie im stationären Handel etwa 15 US-Dollar kosten. Der Spieler, der die Software herunterlädt, kann das jeweilige Em@il Game jeweils fünf Tage testen, bevor er sich für den endgültigen Kauf entscheidet. *(jf)*



NASCAR gehört zu den sechs Em@il Games, die man von der US-Seite herunterladen kann.

THQ vereinbart Kooperation mit Genetic Anomalies

Calabasas. THQ Inc. hat eine Kooperation mit dem Entwicklungsstudio Genetic Anomalies Inc. vereinbart. Genetic Anomalies ist auf den Bereich Internet spezialisiert und wird nun gemeinsam mit THQ ein WWF-Wrestling-Online-Spiel entwickeln. Der für das erste Halbjahr 2000 geplante Titel wird somit das erste exklusive Onlinespiel von THQ sein. „Millionen über Millionen WWF-Fans sammeln sich mindestens zweimal in der Woche, um das Schicksal ihrer beliebtesten Sport-Entertainment Superstars mitzuerleben", kommentiert Brian J. Farrell, President und Chief Executive Officer von THQ, die Entscheidung für diesen neuen Titel. „Bald werden all diese Fans die Chance haben, selbst Hand an die Entwicklung jedes einzelnen dieser Superstars zu legen." Das Online-Game gibt dem Spieler die Möglichkeit, indirekt mitten unter seinen speziellen WWF-Favoriten zu leben und diese sowie die Gegner mit dem Ziel zu lenken und zu steuern, die „Online WWF Meisterschaft" zu gewinnen. *(us)*

Infogrames präsentiert Spiele-Neuheiten auf der YOU

Die deutsche Niederlassung des französischen Publishers ist Aussteller auf der Berliner Jugend- und Trendmesse.

Dreieich. Infogrames stellt auf der vom 12. bis 14. November 1999 stattfindenden internationalen Jugend- und Trendmesse YOU in Berlin die kommenden Spiele-Highlights vor. Unter dem Motto „King of Games" werden dabei die Titel *Die 24 Stunden von Le Mans* und *Supreme Snowboard* sowie der Blockbuster-Titel *Outcast* präsentiert. Für das Action-Adventure Spiel *Outcast* hat man sich etwas besonders Originelles ausgedacht: In Zusammenarbeit mit Focus Online wird am 13. November das *Outcast*-Entwicklerteam Appeal gemeinsam mit Infogrames' Projektleiter Olivier Masclef und Franck Sauer, künstlerischer Leiter bei Infogrames, in einem Lifechat ab 14 Uhr den Anhängern von *Outcast* für Fragen zur Verfügung stehen. Unterstützt wurde diese Aktion bereits im Vorfeld durch Ankündigungen auf der Infogrames-Homepage und in Nordamerika zusätzlich durch Endkunden-Newsletters. „Die Idee, einen Lifechat mit den Entwicklern zu organisieren, kommt bei den *Outcast*-Fans unheimlich gut an", so Melanie Tebbe, Produktmanagerin bei Infogrames Deutschland. „Die *Outcast*-Homepage www.outcast-game.com findet nach wie vor riesigen Zuspruch. Alleine im Oktober wurden eine halbe Million Page Impressions registriert.". Infogrames will mit einer breit angelegten Marketingkampagne im Bereich Print und Rundfunk pünktlich zur Weihnachtssaison noch einmal die Aufmerksamkeit der Spieler auf den Titel lenken. *(us)*

Outcast-Producer Olivier Masclef stellt sich im Lifechat interessierten Messebesuchern der YOU.

Activision zeigt sich verärgert über die Telekom

Ismaning. Eine Pressemeldung der etwas anderen Art erreichte die MCV-Redaktion vergangene Woche. Activision ist verärgert über die Leistungen der Telekom: Aufgrund eines Defektes in der Telefonanlage war das Unternehmen volle fünf Tage telefonisch nicht mehr zu erreichen Die Ismaninger sprechen in einer offiziellen Erklärung an die Geschäftspartner von einem „Armutszeugnis". „Trotz mehrmaliger täglicher Reklamationen und inzwischen drei Arbeitstagen ist es der Telekom nicht möglich, den Fehler zu beheben und einen Firmenkunden zufrieden zu stellen", heißt es in der Erklärung. „Um derartige Vorfälle in Zukunft zu vermeiden, wird die Firma Activision Deutschland GmbH zum schnellstmöglichen Termin ihren Anbieter für Telekommunikation wechseln." *(ch)*

Fotos: Konami of Europe, Infogrames

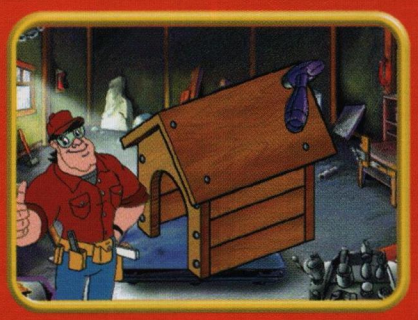
PLAYSKOOL

CD-ROM

Mein kleiner Kaufladen

Einfach Genial - Genial Einfach

Meine kleine Werkstatt



Mein kleiner Backofen

- Playset einfach auf die PC-Tastatur setzen
- Keine zusätzlichen Steckplätze
- Fur jeden PC mit mindestens Windows 95

HASBRO Interactive kids

TOYS 'R' US

Pillsbury Knack & Back GEKÜHLTER FRISCHTEIG

©1999 Hasbro Interactive, Inc. Alle Rechte vorbehalten. Vertrieb und Marketing durch Hasbro Interactive GmbH, Markstraße 1, 33602 Bielefeld.

Endlich ein kindgerechtes Eingabemedium - ohne zusätzliche Steckplätze!

Mein kleiner Kaufladen von Playskool – noch nie hat Einkaufen so viel Spaß gemacht. Kindgerechte Spielsets werden ganz einfach auf der Tastatur Ihres PC befestigt und schon kann es losgehen. Mit wenigen, realen Spielzeugen werden die vielfältigen, virtuellen Spiele und Aktionen auf dem Bildschirm gesteuert. Eine geniale Kombination von altersgerechtem Spielen und zukunftsorientiertem Lernen.

Auch als: "Meine kleine Werkstatt" und "Mein kleiner Backofen".

IM INTERVIEW: DIETRICH MEUTSCH UND HEIKE DIEDERICHS, HASBRO INT.

Marken- und Imageaufbau bei Hasbro Interactive

Fast ein Jahr ist es her, seit Hasbro den Publisher Microprose übernommen hat und der Spielespezialist mit Hasbro Interactive vereint wurde. Die Interactive-Tochter des amerikanischen Spielzeugriesen hat in dieser Zeit ein umfassendes Spieleportfoilo mit Titeln aus allen Softwarebereichen aufgebaut und geht zudem völlig neue Produktsegemente an. MCV-Redakteur Jürgen Fröhlich besuchte Hasbro Interactive in Bielefeld und sprach mit Geschäftsführer Dr. Dietrich Meutsch sowie Prokuristin Heike Diederichs über die Chancen und Herausforderungen des Multisegment-Anbieters in Deutschland.

MCV: Die Firma Hasbro Interactive besteht in der derzeitigen Form nun knapp ein Jahr. Was hat sich seitdem verändert und was sind Ihre Herausforderungen?

Dietrich Meutsch: Zunächst ist unser Produktportfolio enorm angewachsen. Im Jahr Eins nach Microprose werden wir im Vergleich zu 1998 mit Hasbro Interactive etwa eine Verdreifachung des Umsatzes erzielen, wenn man die Zahlen der zuvor getrennten Firmen Hasbro Interactive und Microprose zusammen nimmt.

Heike Diederichs: Wichtiges Thema für uns war und ist der Markenausbau. Aufgrund des großen Produktportfolios müssen wir die Marken zum Teil neu positionieren. Wir müssen uns genau überlegen, welche Produkte unter welchem Label am besten aufgehoben sind. Wir müssen neu definieren und kommunizieren, was alles Hasbro Interactive ist. Wenn man sich unseren Marktanteil anschaut, dann ist der sicherlich deutlich höher als unser Ruf gut ist. Damit will ich sagen, dass wir nach außen hin nicht als einer der Top-3-Publisher wahrgenommen werden. Faktisch sind wird das aber.

MCV: Sie wagen sich in vielen Bereichen in völlig neue Produktsegmente, dies betrifft auch die neuen E-Mail-Games. Kann man diese Produktstrategie als Maßnahme ansehen, sich durch das Vordringen in neue Bereiche dem Wettbewerb im umkämpften Spielemarkt zu entziehen?

Dietrich Meutsch: Das Ganze wurde sehr viel kreativer geboren. In den USA wurde vor vier, fünf Jahren in guter Hasbro-Spielzeugtradition gesagt, wir gehen in den Interactive-Bereich und wir werden auch dort wie im Spielzeugbereich erfinden. Dort gibt es relativ viel Freiheit, um über neue Konzepte nachzudenken, die das klassische Spiel mit Elektronik verbinden.

Heike Diederichs: Wir haben in der Vergangenheit gesehen, daß Firmen, die in einem Genre oder in einer Produktkategorie zuerst am Markt waren, noch heute die Marktführer sind, so zum Beispiel bei Addy im Edutainmentbereich oder auch Electronic Arts mit EA Sports.

MCV: Wie läuft das Geschäft mit den Playsets an?

Dietrich Meutsch: Wir haben im Handel sehr positive Erfahrungen gemacht, bei jedem, der das Produkt gesehen hat. Jeder, der das Produkt im Handel sieht und nach einer halben Minute das Prinzip verstanden hat, sagt: „Das ist cool, das machen wir". Wir gehen damit groß in das klassische Softwaresegment, wie Media Markt, ProMarkt, Karstadt aber auch groß in das Spielzeug-Segment, wie Vedes, Idee+Spiel und Toys`R´Us. Der Vorverkauf ist jetzt abgeschlossen. Wir haben jeweils 10.000 Stück je Produkt verkauft. Es geht nun im wesentlichen um die Abwicklung. Wir liefern etwa 1.000 12-er-Displays und 1.000 Video-Promotiongeräte aus. Der Endverbraucher wird entscheiden, wie das Produkt angenommen wird.

MCV: Für die neuen E-Mail-Games haben Sie eine umfangreiche Marketingkampagne (vgl. S. 28, Anm. d. Red.) mit einer sehr provokativen, aber aufmerksamkeitsstarken Anzeigenstrecke auf den Weg gebracht. Wie ist die Akzeptanz für diese Titel bisher?

Dietrich Meutsch: Die erste Resonanz ist wirklich positiv. Eine Erfolgsstory können wir Ihnen jedoch noch nicht liefern. Es ist eine neue Sorte Produkt. Es ist wie bei den Playsets. Wer es einmal verstanden hat, ist begeistert. Es wird jedoch ein halbes bis dreiviertel

Fotos: J. Fröhlich

WORMS ARMAGEDDON

IST ES ZU HART, BIST DU ZU SCHLAFF!

Das Offizielle PlayStation Magazin
9 von 10

PLAYSTATION FUN MAGAZIN
85 %

Multi 95 %

9 von 10

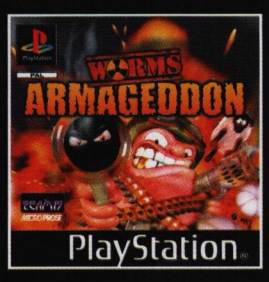
89 %

- Große Print-Kampagne in allen wichtigen Spielemagazinen und zielgruppenaffinen Comic-Heften
- Trade-Kampagne in allen wichtigen Handelsmagazinen
- Deutschlandweite PR-Kampagne in Fach- und Publikumspresse, Radio und Fernsehen
- Aufmerksamleitstarkes POS-Paket: A2 Poster, Sticker, T-Shirts, Demo CDs u.v.a.
- Internet-Kampagne mit eigener Website, Competitions und Bannerwerbung
- Competitions, Covermount Demo, Kooperationen, Cross-Promotions

PlayStation | PC cd rom | Dreamcast

http://worms.team17.com

LEISURESOFT GmbH
Robert-Bosch-Straße 1 • 59199 Bönen
Tel: 02383 / 690 • Fax: 02383 / 69500
www.leisuresoft.de



TEAM17
www.team17.com

MICROPROSE
www.microprose.com

HASBRO Interactive

© 1999 Hasbro Interactive Inc. Alle Rechte vorbehalten. © 1999 Team17 Software Ltd. Alle Rechte vorbehalten. Veröffentlicht von Hasbro Interactive Ltd und Team17 Software Ltd. Vertrieb durch Hasbro Interactive Ltd. Original Concept: Andy Davidson. „PlayStation" und "PlayStation" eingetragene Warenzeichen von Sony Computer Entertainment Inc.

IM INTERVIEW: DIETRICH MEUTSCH UND HEIKE DIEDERICHS, HASBRO INT.

Hasbro Interactive ist immer noch auf der Suche nach einem Partner, der das Konsolensegment verstärkt. Ein Zusammenschluß mit GT Interactive hätte laut Dietrich Meutsch Sinn gemacht. Grundsätzlich müsse bei einer Übernahmen neben den Produkten jedoch auch die Infrastruktur der Firmen zusammenpassen.

Jahr dauern, bis sich das Produkt in der Breite durchgesetzt hat. Für das kommende Jahr planen wir eine Kooperation oder Cross-Promotion mit einem Serviceprovider im Online- oder Telefonbereich, denn die relativ hohen Telefonkosten in Deutschland sind nach wie vor ein Problem.

MCV: Was tut sich im Konsolenbereich? Sie hatten vor einiger Zeit eine entsprechende Akquisition angekündigt. Aus dem GTI-Deal ist nun offensichtlich nichts geworden.

Dietrich Meutsch: Akquisitionen sind sicherlich ein Thema. Damit kann man sicher am schnellsten ein entsprechendes Sortiment aufbauen. Es ist aber das alte Lied: Eine Akquisition muss Sinn machen, und zwar nicht nur bezüglich der Produkte, sondern auch im Bezug auf eine passende Infrastruktur. Da wird es schon schwierig. Es macht keinen Sinn, etwas aufzukaufen, wenn man dann 60 Prozent der Infrastruktur schließen muss. Microprose und Hasbro haben damals perfekt zusammengepasst. Das wird mit neuen Akquisitionen wahrscheinlich schwieriger.

MCV: GT Interactive hätte dann doch sehr gut gepasst.
Dietrich Meutsch: Ja, wohl möglich. So gut wie alle Firmen sind börsennotiert, also stehen sie, wenn der Preis stimmt, alle zum Verkauf. Wir stehen jedoch mit Sicherheit nicht zum Verkauf.

MCV: Welche Erwartungen haben Sie an den Konsolenbereich im kommenden Jahr?

Dietrich Meutsch: Wenn alles gut läuft - daß hängt von der Situation bei Dreamcast und PlayStation 2 ab - ist unser Ziel im kommenden Jahr, ein Drittel des Umsatzes mit Konsolentiteln zu generieren. Im Dreamcast-Bereich gibt es bei uns ein eher verhaltenes Engagement, obwohl wir mit zwei Titeln frühzeitig mit dabei sind.

Heike Diederichs: *Stunt GP* und *Worms Armageddon* aus dem Haus Team 17 werden für Dreamcast eventuell noch vor Weihnachten erscheinen. Die große Anzahl der Familyprodukte, die nächstes Jahr kommen, werden sowohl als PC-CD-ROM als auch für PlayStation erscheinen. Einige der Kinderprodukte ebenfalls. Im Bereich Atari haben wir in diesem Jahr sowohl PC- als auch PSX-Titel publiziert. Das werden wir auch weiterführen. Was die Games angeht, werden wir einige davon sowohl für PC als auch für Konsole veröffentlichen. Es wird jedoch darüber hinaus Produkte geben, die jetzt in der Entwicklung sind und nur für Konsole erscheinen werden.

Vom Handel und Industrie unterschätzt? Laut Heike Diederichs ist der Marktanteil von Hasbro Interactive in Deutschland deutlich höher als der Ruf des Unternehmens. Man werde nach außen hin nicht als Top-3-Publisher wahrgenommen werden. Faktisch sei man das aber.

Fotos: J. Fröhlich

MCV: Wie ist die Resonanz auf die Imagekampagne, die Sie für die Atari-Range gestartet haben? Glauben Sie, Sie sind damit auf dem richtigen Kurs?

Heike Diederichs: Ich glaube, die Art und Weise, wie wir das angepackt haben, ist richtig. Die Sponsoring-Aktionen im Musikbereich haben uns sehr viel Press Coverage gebracht und das in einem sehr breiten Spektrum inklusive General Press, Musik- und Lifestyle-Presse. Auch Radio, Fernsehen und Internet haben berichtet. Wir sind damit sehr zufrieden. Dies war auch der erste geplante Schritt. Wir wollten kommunizieren, dass Atari wieder da ist. Das ist uns gelungen. Jetzt ist es wichtig, die bereits breit angelegte Kampagne weiterzuführen, auch in der Zeit Anfang nächsten Jahres, in der wir zunächst etwa zwei Monate keine entsprechenden Produkte auf den Markt bringen werden. Das Wichtigste ist jedoch, dass wir qualitativ hochwertige Produkte, für dieses Label liefern. Bislang hatten wir etwa zu gleichen Teilen sehr gute Produkte aber auch schwächere Titel. Wir müssen jetzt beweisen, dass die Produkte durchgängig gut sind. Insbesondere von *Boulder Dash* verspreche ich mir sehr viel.

MCV: Mit der Aussage „Atari is back", sprechen Sie ja zunächst einmal Konsumenten an, die etwas älter sind und Atari noch aus den 80-er-Jahren kennen. Wie wollen Sie die junge Zielgruppe erreichen, die mit der Marke Atari vielleicht zunächst nichts anfangen kann?

Heike Diederichs: Zunächst haben wir die Kampagne ganz bewusst erst einmal auf die Meinungsführer ausgelegt, mit dem Ziel, dass wir den Kultstatus wieder erreichen und dass dieser dann auf die breite Masse überschwappt, etwa so, wie das Afri Cola gemacht hat. Die neuen Kunden müssen wir dann mit entsprechender Produktqualität überzeugen. Das heißt, zum einen muss Atari etwas Interessantes sein, worüber man spricht, liest und hört und zum anderen müssen diese Spiele einfach Spaß machen. Unsere TV-Aktivitäten sprechen zudem klar diese jüngere Zielgruppe an. Bei VIVA 2 sind wir zum Beispiel permanent präsent. Dort führen wir regelmäßig Competitions durch. Unsere TV-Spots, die wir zunächst bei VIVA 2 gestartet haben, werden wir nun im November und Dezember auch auf VIVA 1 und MTV ausdehnen.

MCV: Hasbro Interactive verfügt nun über ein äußerst breit gefächertes Produktangebot. Ist ihr Vertrieb, also Leisuresoft, in der Lage, alle diese Bereich abzudecken?

Mit

SPIRIT of SPEED 1937

in die Gewinnzone!

©1999 Hasbro Interactive Inc. MicroProse ist eine Tochter von Hasbro Interactive Inc. Alle Rechte vorbehalten. Alle Warenzeichen sind Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber.

Spirit of Speed, 1937 *ist DIE historische Grand-Prix-Simulation! Motorsport-Legenden von Mercedes, Bugatti und Audi kommen aus dieser Epoche! Profitieren Sie heute von diesen legendären Wagen, wie einst die Top-Fahrer damals und kehren Sie mit Spirit of Speed zurück zu den Anfängen, als es noch wahre Helden gab! Geben Sie mit uns Vollgas – als Unterstützung bieten wir Ihnen:*

- *eine spannende Anzeigen-Kampagne*
- *unser Grand-Prix erprobtes P.O.S.-Paket*
- *exklusive Motorshow-Events*
- *eine flotte Internet-Kampagne*

www.spiritofspeed1937.com

LEISURESOFT

Robert-Bosch-Straße 1 · 59199 Bönen
Tel. 0 23 83 / 69-0 · Fax 0 23 83 / 69-500
www.leisuresoft.de

MICROPROSE

King of Sims!

HASBRO Interactive

Bei Hasbro Interactive ist laut Dietrich Meutsch weiter mit neuen Produktkonzepten zu rechnen. Die Muttergesellschaft arbeite erfinderisch in guter Spielzeugtradition und mit viel kreativer Freiheit an immer neuen Konzepten, die das klassische Spiel mit Elektronik verbinden.

Dietrich Meutsch: Ja. Leisuresoft ist dazu in der Lage. Wir sind überall gelistet. Konsole war zum Beispiel nicht neu für Leisuresoft, das kennen wir schon aus alten Avalon-Zeiten. Das Problem, das man hat, wenn man Hasbro oder Mattel heißt, ist die Aufteilung von Spielzeug- und Softwarekanälen oder, schlicht gesagt, das Thema Doppelplatzierung. Aber das ist ein Problem des Handels und kein Problem von Leisuresoft. Früher hieß es, CD-ROM gehört zu Musik und Software und nicht zu Spielzeug. Bei Karstadt und Metro beginnt man wieder damit, Artikel doppelt zu platzieren, mit zwei verschiedenen Barcodes. Wir werden sehen, was sich in den nächsten Jahren tut.

MCV: Wie sieht es im Spielwarenbereich aus. Erhalten Sie genug Resonanz auf Ihre Produkte?

Dietrich Meutsch: Der Marktanteil des Spielwarenhandels an der Software im PC-Bereich ist noch sehr gering. Die einzigen Produkte, die dort funktionieren und die der klassische Spielwarenhandel versteht, sind - überspitzt gesagt - Furby und Monopoly. Der Spielwarenhandel kommt aus einer anderen Erfahrungstradition. Woher sollen sie das Know-how haben für Softwareberatung? Ein Furby ist eben nicht mehr erklärungsbedüftig, genauso wie ein Monopoly. Im Konsolenbereich ist die Resonanz generell gut.

MCV: Wie stark sind Sie durch Preisverrisse im Handel betroffen? Wie sehen Sie die derzeitige Situation?

Den Atari-Produkten will Heike Diederichs Kultstatus verleihen. In einem ersten Schritt erzielte Hasbro mit Sponsoring-Aktionen und Merchandising-Artikeln Erfolge bei den Meinungsführern. Mit einer breit angelegten TV-Kampagne und guter Produktqualität soll nun die breite Käuferschaft erreicht werden.

Fotos: J. Fröhlich

Dietrich Meutsch: Hiervon sind wir teilweise betroffen. Ich stimme hier allerdings der Auffassung meines Kollegen Dr. Florin von Electronic Arts nicht zu. Es ist nicht alleine eine Sache der publisherkontrollierten Preispolitik, ob man hochpreisig, oder niedrigpreisig ist. So einfach ist das nicht. Darum sind wir auch davon abgegangen, einen Verkaufspreis zu empfehlen, weil wir die Erfahrung gemacht haben, dass teilweise Ketten oder Märkte - aus welchen Gründen auch immer - Preise verreißen. Darum haben wir die Firmen schließlich nicht gebeten und sie haben auch nicht billiger bei uns gekauft. Preispositionierung hängt grundsätzlich vom Produkt ab. Ein *Grand Prix 3* wird genauso positioniert wie ein *C&C 3*. Und das kann ich jetzt schon sagen: Ein *Grand Prix 3* wird man auch nicht für 59 Mark kaufen können, sondern für DM 99,95. Ein *Civilization: Test of Time* für PC hingegen wäre falsch positioniert mit DM 99,95.

Heike Diederichs: Ausschlaggebend ist auch, was an Marketing für die jeweiligen Produkte vorgesehen ist. Die Produktqualität, die Resonanz des Produktes in den Medien und der Listenpreis oder der empfohlene Verkaufspreis müssen im richtigen Verhältnis stehen.

MCV: Welche weiteren Instrumente setzen Sie ein, um den Marktpreis in gewissem Maße zu steuern?

Dietrich Meutsch: Das Thema lautet „Naturalrabatt" und „Werbekostenzuschuss". Wir machen beides extrem kontrolliert über den Innendienst und zwar nur dann, wenn vom Handel entsprechende verkaufsfördernde Maßnahmen ergriffen werden. Das heißt, Naturalrabatt und WKZ gewähren wir nur dann, wenn eine verkaufsfördernde Gegenleistung nachgewiesen ist, wie zum Beispiel Werbung in einer regionalen Tageszeitung oder eine wirkliche Zweitplatzierung. So bekommt man zwar den Preis nicht nach oben, aber zumindest hält man ihn stabil.

MCV: Wie sieht dies im Konsolenbereich aus? Hier sind die Gewinnmargen der Publisher durch die Lizenzgebühren der Hardwarehersteller grundsätzlich geringer.

Dietrich Meutsch: Ich bin gespannt, wann der Preiskampf, der derzeit in England stattfindet, hier beginnt. Dies ist für uns im Bereich Atari ein Thema. Ein *Driver*, oder *Worms Armageddon* kann man für DM 99,95 verkaufen, aber ein *Tetris* natürlich nicht.

MCV: Welche Konsequenzen sehen Sie hier?

Dietrich Meutsch: Wir werden zukünftig mehr und mehr nichtklassische Games veröffentlichen. Es gibt eigentlich nur eine sinnvolle Konsequenz: Das Thema muss bei Sony international gelöst werden,

Das Wirtschafts PC-Spiel!

Starten Sie mit „Nichts“ und gründen Sie ein weltweites Wirtschaftsimperium.

- **Steuern Sie Ihr Unternehmen!**
  das Produktdesign, die Personalfragen, das Marketing, die Distribution und die Finanzen
- **Führen Sie Ihr Personal!**
- **Entdecken Sie den High-Tech Markt in drei verschiedenen Bereichen:**
  Spiele Konsolen, Mobile Videotelefone und Cyber TV
- **Entwerfen Sie innovative Produkte und werden Sie zum Marktführer**
- **Spielbar bis zu 8 Spieler im Internet oder im lokalen Netzwerk**
- **Viele realistische Szenarien**
- **Charaktere und Grafiken in 3D**

Geplante Werbung

ComputerBild Games	Erscheinungstermin: 01.12.99
BIZZ	Erscheinungstermin: 24.11.99
Tomorrow	Erscheinungstermin: 25.11.99
Unicum Beruf	Erscheinungstermin: 07.12.99

Und noch mehr Anzeigen und weitreichende Coop Werbemaßnahmen mit diversen Handelspartnern.

im Vertrieb von
KOCH MEDIA
http://www.kochmedia.com

Deutschland
KOCH Media GmbH
Lochhamer Strasse 9
D-82152 Planegg
bei München
Tel. 0049-89-857 95-120

Österreich
KOCH Media Vertriebsges. m.b.H
Tivoligasse 25 • A-1120 Wien

Schweiz
KOCH Media AG
Poststrasse 10 • CH-9201 Gossau

Überall im guten Fachhandel!

MONTE CRISTO MULTIMEDIA
Business Simulators
http://www.montecristo-multi.com

das kann kein Publisher alleine. Es sollte zukünftig auch für Konsolenprodukte unterschiedliche Preispunkte geben.

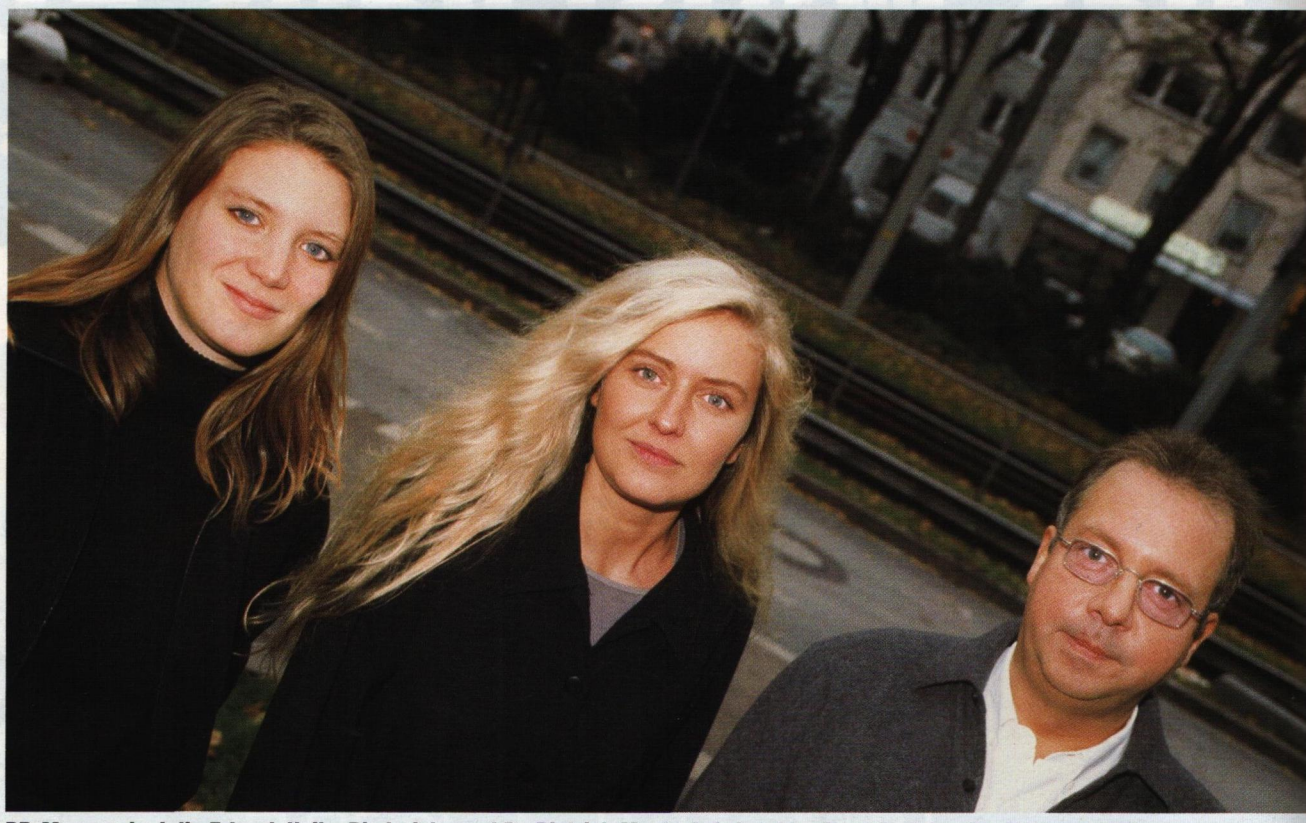
MCV: Das heißt, es sollte Ihrer Meinung nach bei der Lizenzabrechnung verschiedene Preisstufen geben. Wie würden Sie das rechtfertigen wollen? Dass ein Produkt weniger kosten soll, heißt schließlich nicht, dass es auch weniger in der Herstellung kostet oder für Sony weniger „Aufwand" bedeutet.

Heike Diederichs: Die Frage ist, wie Sony mit der Konsole den eigenen Markt vergrößern will. Eine entsprechende Maßnahme könnte Sony mit der Ausweitung der Zielgruppe rechtfertigen. So wie PlayStation 2 angelegt ist, macht das durchaus Sinn.

Dietrich Meutsch: Dass dies schwierig ist, ist klar. Sony hat ein Preisniveau und hält beziehungsweise kontrolliert es. Dies ist ein Vorteil. Wenn man dies aufweicht, wird man sicher auf die selben Probleme stoßen, die wir derzeit im PC-Bereich haben, ganz klar. Trotzdem müssen wir das Thema angehen.

MCV: Derzeit dringen immer mehr branchenfremde Handelsunternehmen, wie etwa Firmen aus dem Food-Bereich in unseren Markt. Welche Chancen oder Probleme sehen Sie?

Dietrich Meutsch: Ich sehe hier mehr Chancen. Das betrifft, glaube ich, alle Anbieter. Es hat sich herausgestellt, dass es offensichtlich unterschiedliche Käuferschichten für unterschiedliche Produkte gibt. Das Engagement des Lebensmittelbereiches erweitert unsere Zielgruppe. Wir haben darauf bereits mit unseren Jewel-Case-Produkten reagiert. Steuern kann man das relativ sauber über den Lebenszyklus. Wir dürfen nie ein Spiel, das ein halbes Jahr alt ist, im Foodbereich verramschen. Aber warum soll man nicht Produkte, die drei oder vier Jahre alt sind, über das Food-Segment an Leute verkaufen, die sonst noch kein Spiel gekauft haben oder noch einen alten PC besitzen? Hierdurch kann man neue Kunden für sich gewinnen. Eine Gefahr besteht allerdings, wenn Produkte parallel auftauchen. Wenn etwa ein Produkt für DM 29,95 bei Media Markt verkauft wird und der Titel gleichzeitig bei Lidl für DM 9,95 auftaucht. Hier ist der seriöse Publisher und die seriöse Distribution gefragt. In diesem Bereich haben es Unternehmen mit börsennotierten Muttergesellschaften und entsprechendem Quartalsdruck sicher schwerer als andere. Der Quartalsdruck fördert nicht gerade eine seriöse Distributionspolitik. Ein anderes Problem ist die Tatsache, dass ein Food-Verkäufer keine Beratung leisten kann. Zudem gibt es Probleme praktisch-logistischer Natur. Das fängt beim EAN an. Teilweise gibt es keine Warenwirtschaftssysteme, teilweise werden nicht Produkte eingelistet, sondern Preisgruppen. Das heißt, nachher weiß ich nicht mehr, welches Produkt ich eigentlich verkaufe.



PR-Managerin Julia Erhard, Heike Diederichs und Dr. Dietrich Meutsch (v.l.n.r.) rechnen in Zukunft mit einer zunehmenden Anzahl von nicht-klassischen Games im Konsolen-Bereich. Hasbro Interactive wünscht sich deshalb. auch im Sinne von Sony, die Einführung eines mehrstufiges Preissystem für PlayStation-Produkte.

Dietrich Meutsch: Der Markteintritt des Lebensmittel-Handels bietet vor allem Chancen, hier sei jedoch eine seriöse Distribution gefragt.

Fotos: J. Fröhlich

MCV: Wie bewerten Sie das Engagement von Wal-Mart im Spielebereich?

Dietrich Meutsch: Wir reden natürlich mit dem Unternehmen, wie alle anderen auch. Hasbro ist Wal-Marts größter Kunde in den USA. Deshalb gibt es zu dem Unternehmen interessante und wichtige Beziehungen.

MCV: Wie geht das Unternehmen auf Sie zu?

Dietrich Meutsch: Momentan finden Gespräche statt. Uns ist allerdings noch unklar, wie Wal-Mart sich positionieren wird. Über den Preis? Über Beratungskompetenz? Wir werden sehen.

MCV: Wie wird sich der PC-Bereich Ihrer Meinung nach in Zukunft entwickeln, wenn Sie einen Vergleich zwischen PC und der neuen Generation von Konsolen anstellen?

Dietrich Meutsch: Ich teile nicht die Meinung so mancher Kollegen, dass der PC-Bereich schnell und drastisch zurückgeht. Die Meinungen ändern sich auch alle vier Wochen. Ich denke, der PC-Bereich wird kontinuierlich wachsen, aber die Zielgruppe wächst, glaube ich, langsamer, als wir alle denken. Das sieht man an den Verkaufszahlen. Aber auch diese Aussage ist relativ, denn die Menge neuer Titel nimmt stetig zu. Das ist ein Trend, den Publisher berücksichtigen müssen. Die klassische amerikanische Logik lautet: Wir wachsen über Neuveröffentlichungen und kontinuierlichen, regelmäßigen Output. Das ist arithmetisch nicht richtig, denn so stoßen wir an das Limit des Endverbraucherbudgets oder vorher an die Grenzen des verfügbaren Regalplatzes im Handel. Außerdem wird die Schere zwischen Megasellern und normal verkaufenden Produkten immer größer. Von *Rollercoaster Tycoon* haben wir etwa 170.000 Einheiten in Deutschland verkauft. Das ist für uns ein großer Erfolg, aber diese Stückzahl entspricht gerade einmal 50 Prozent der Menge die Toptitel wie *Command & Conquer 3* und *Age of Empires 3* verkaufen.

MCV: Was wird die größte Herausforderung für Sie im kommenden Jahr sein?

Dietrich Meutsch: Im kommenden Jahr wollen wir unsere Umsatz- und Ertragssituation konsolidieren, unabhängig von stattfindenden Akquisitionen. Wir müssen weiter an unserem Markenaufbau und unserem Image als der Top-Anbieter arbeiten. Unser Job wird zudem der Ausbau des Services gegenüber dem Handel sein, der bereits vorhanden ist. Mit einem starken Portfolio und einer starken Mutter im Hintergrund ist die Bereitschaft des Handels da. Wir bieten bereits eine Menge mehr Service für den Handel an als vor einem oder anderthalb Jahren. Das werden wir fortsetzen.

MCV: Frau Diederichs, Herr Meutsch, ich danke Ihnen für das Gespräch.

11.11.99.

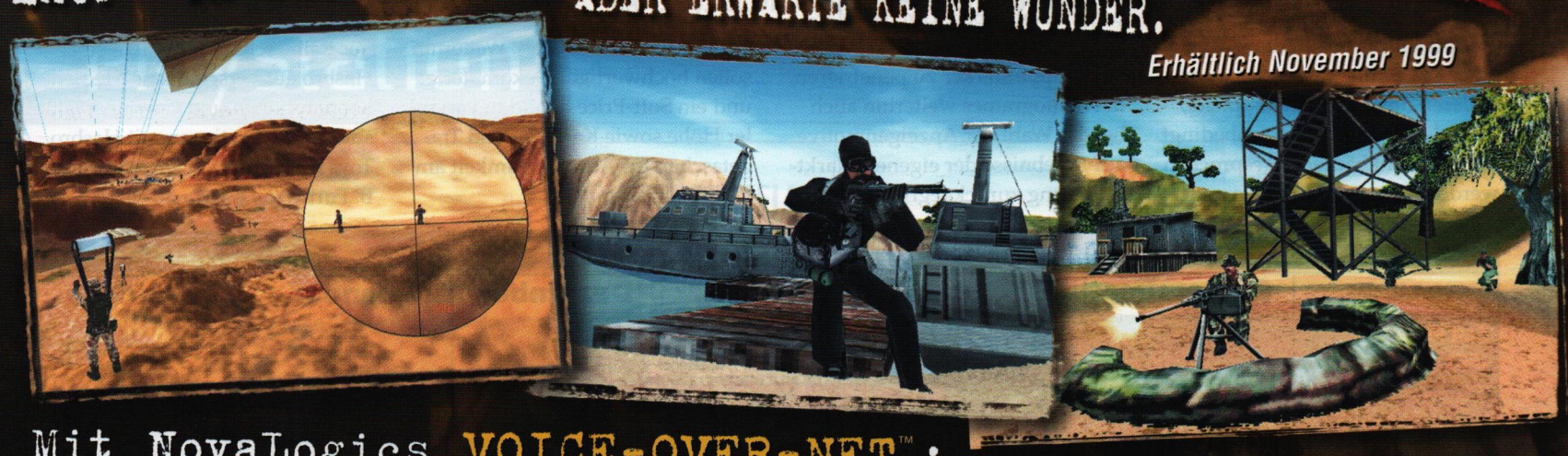
Ziel gesichtet in
600 Entfernung.
Wind: 5 knoten
von Westen.
Noch 2 Schuß
im MAGAZIN.

Wenn der erste
sein Ziel verfehlt -
der zweite
sitzt bestimmt.

DELTA FORCE 2™

LAUF' UM DEIN LEBEN, ABER ERWARTE KEINE WUNDER.

Erhältlich November 1999



Mit NovaLogics VOICE-OVER-NET™: Schreiben ist nicht schnell genug!

Das einzige Spiel mit der Voxel Space®-32-Engine, in dem Du wirklich mit Deiner Umgebung interagieren kannst: Suche Deckung in hohem Gras, verbirg Dich in Felsspalten und visiere den Feind über eine Distanz von über einem Kilometer an. Plus ...

NEUE Waffen, neue Ausrüstung, Missionen und Wettereffekte wie Regen, Wind und Nebel.

Mit dem neuen "Commander's Screen" hast Du die volle Kontrolle.

Gigantische Mehrspieler-Schlachten mit bis zu 50 Spielern.

SPRECHEN SIE MIT IHREM FREUNDLICHEN KINGSOFT-BERATER.

©1999 NovaLogic, Inc. Voxel Space, NovaLogic und das NovaLogic-Logo sind eingetragene Marken und Delta Force, das Delta Force-Logo, Voice-Over-Net, NovaWorld, das NovaWorld-Logo und NovaLogic: The Art of War sind Marken von NovaLogic, Inc. Alle anderen Marken sind Eigentum ihrer jeweiligen Besitzer.

NOVALOGIC – THE ART OF WAR™

NOVAWORLD™ *Large & Loud Internet Gaming*

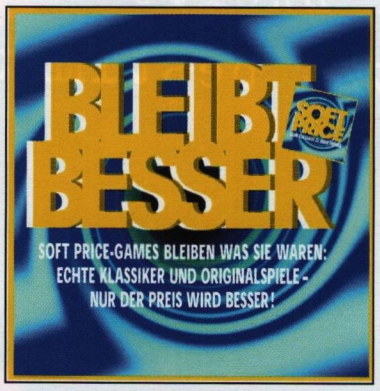
www.novalogic.com

PC CD ROM

Infogrames startet Weihnachts-kampagne für Soft Price

Das Unternehmen will 26 Millionen Kontakte in der Zielgruppe Erwachsene ab 14 Jahren mit der Kampagne ansprechen. Die Marke Soft Price soll dabei weiter etabliert werden.

Dreieich. Infogrames erweitert seine Soft-Price-Range am 11. November um zehn weitere Titel in der Preisregion zwischen DM 19,95 und DM 49,95. Das Unternehmen plant, mit einer begleitenden Werbekampagne 26 Millionen Kontakte innerhalb der Zielgruppe der Erwachsenen ab 14 Jahren zu erreichen. Das Kernstück der Kampagne bildet dabei Printwerbung in der Fachpresse sowie in



Die blau-gelben Signalfarben dominieren den Werbeauftritt der Zweitvermarktungsreihe und sollen die Marke etablieren.

auflagenstarken Publikumszeitschriften wie beispielsweise TV-Magazinen, die von lokalen Radiospots begleitet wird. Dabei soll sich die Kampagne an zwei Hauptzielgruppen richten: Zum einen sollen die Vielspieler, zum anderen die Gelegenheitsspieler, Genreliebhaber und saisonbedingt die Geschenkkäufer angesprochen werden. „Insgesamt erzielen wir mit der Kampagne in den Monaten November und Dezember 26 Mio. Kontakte bei den Erwachsenen über 14 Jahre", sagt Anja Melzer, Marketing Managerin bei Infogrames Deutschland. „Das ist ein gewaltiger Werbedruck für eine Zweitvermarktungslinie für PC-Spiele." Dabei unterscheide sich die Zweitvermarktungsreihe nicht nur in der Qualität der Spiele von anderen Softwarereihen, sondern auch durch die breite Marketingkampagne. „Zu unserer Marketingstrategie für Soft Price zählt auch der kontinuierliche Aufbau von Soft Price als Marke, was letztlich auch den großen Erfolg der Range ausmacht. Wir veröffentlichen nicht sporadisch Einzeltitel, sondern kontinuierlich eine qualitativ hochwertige Range mit einer einheitlichen, klaren und imagebildenden Werbeaussage", so Anja Melzer weiter. Infogrames' eigene Marktforschung habe laut Melzer ergeben, dass 29 Prozent der Spieler schon einmal einen Titel aus der Reihe gekauft haben. Rund 60 Prozent der Befragten haben schon einmal von Spielen der Reihe gehört und rund 76 Prozent sollen die Zweitvermarktungreihe als Label erkannt haben. Um das Markenimage vor allem in der breiten Zielgruppe stärker zu penetrieren, habe Infogrames weiterhin auch bei der Wahl der Anzeigenmotive auf Ergebnisse der eigenen Marktforschung zurückgegriffen. In der diesjährigen Kampagne werden daher die Motive von dem in blau-gelben Signalfarben gehaltenen Look dominiert. Weiterhin soll die Qualität und Originalität der Produkte weiter im Vordergrund stehen als in den vergangenen Jahren. So werden sämtliche Spiele im originalen Verpackungsdesign angeboten. Auch am P.O.S. soll das blau-gelbe Logo der Reihe dominieren. Hier bietet das Unternehmen dem Handel ein Zweitplatzierungsdisplay für insgesamt 108 Produkte an. Weiterhin sollen hochwertiges Dekomaterial und ein Soft-Price-Schild in variabler Höhe sowie Kataloge und Tragetaschen für Aufmerksamkeit am P.O.S. sorgen. *(fo)* ▮

Für den P.O.S. bietet Infogrames ein Schild in variabler Höhe und ein Zweitplatzierungsdisplay für 108 Produkte an.

Hasbro baut eigene Kids-Marke auf

Bielefeld. Hasbro Interactive will mit den im November erscheinenden Kindertiteln *Thomas und seine Freunde*, *Viel Spaß im Furbyland*, *Tonka Joes Baustelle*, *Action Man: Jagd auf Dr. X* und den drei neuen *Spielsets* unter dem Namen „Hasbro Interactive Kids" eine eigene Kindermarke aufbauen. So werden die Titel im Vorweihnachtsgeschäft auch nicht einzeln beworben, sondern innerhalb der gesamten Kindersoftware-Reihe, die sich als Marke etablieren soll. „Bei den in diesem Jahr erscheinenden Titeln handelt es sich ausschließlich um Spiele mit englischen und amerikanischen Lizenzen, die hierzulande nicht die Zugkraft haben wie in den USA", erklärt Hasbro Interactives Marketingleiterin Heike Diederichs. „Wir bemühen uns jedoch, die Reihe im Laufe der Zeit mit Titeln mit bekannten deutschen Lizenzen zu erweitern. Für diese Titel sind dann auch größere Budgets geplant, um sowohl das Label als auch die Spiele massiv zu bewerben." So gibt es in diesem Jahr für die gesamte Range eine Anzeigenkampagne in der Fach- und Publikumspresse, in der alle Titel im Rahmen der Reihe beworben werden. Ein umfangreiches P.O.S.-Paket soll ebenfalls Aufmerksamkeit für alle Produkte der Reihe schaffen. Zudem setzt Hasbro auf verschiedene Medienkooperationen und Gewinnspiele sowie Kooperationen mit Hasbro Toys bei eigenen Lizenzen, wie z. B. Furby. *(fo)* ▮

Marketing-Kalender

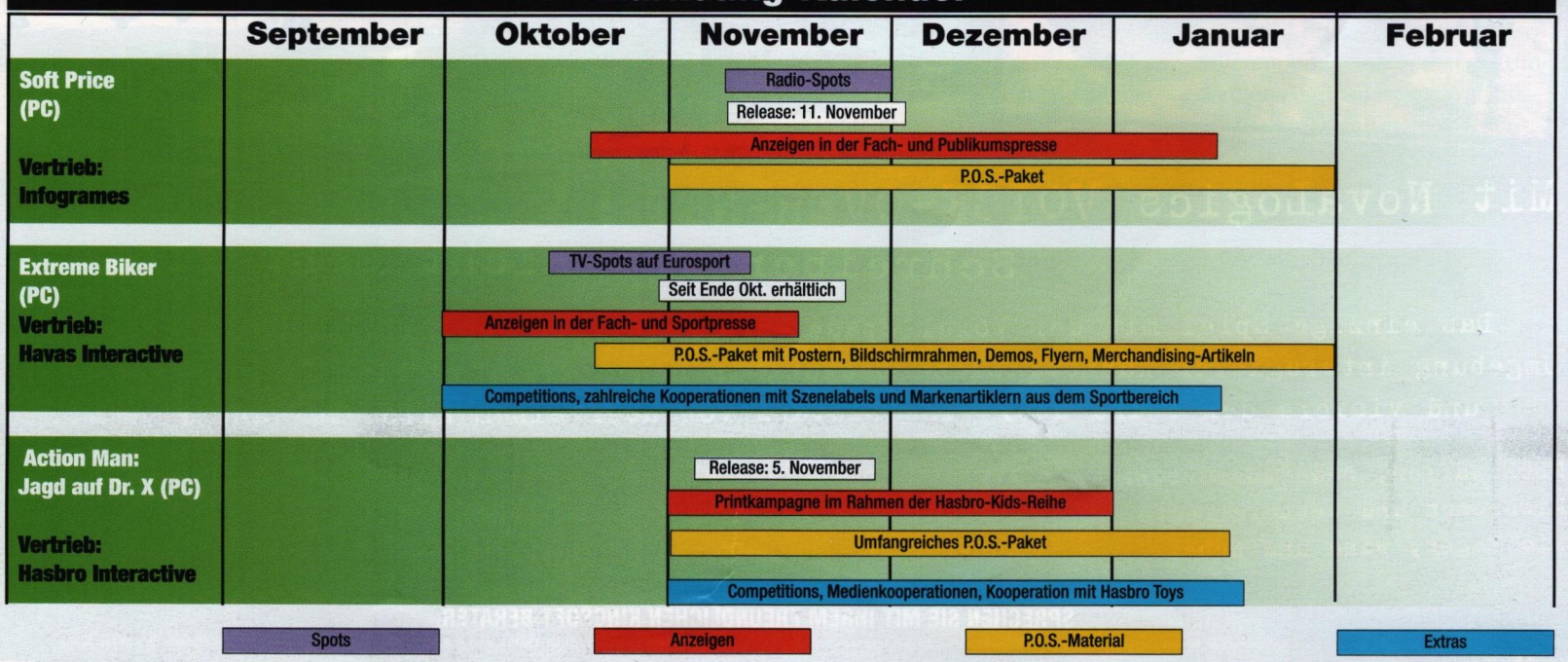


Foto: Infogrames

MELDEN SIE EINEN VERKAUFSERFOLG AN.

CHECKLISTE:

MODELL: CRASH TEAM RACING
ZULASSUNGSDATUM: 24. 11. 99
KLASSE: FUN-RACER
EINGETRAGENE FAHRER: CRASH BANDICOOT UND 7 WEITERE STARS

BESONDERE KENNZEICHEN:

KART-RACING AUF ÜBER 20 VERSCHIEDENEN PISTEN.
5 SPIEL-MODI, INKLUSIVE ADVENTURE MODE MIT VIELEN NEUEN POWER-UPS.
CARTOON GRAND PRIX MIT MULTI-TAP FÜR BIS ZU 4 SPIELER GLEICHZEITIG.

FAHRERBERICHTE:

„TECHNISCH WIE SPIELERISCH IST CRASH TEAM RACING EINE OFFENBARUNG."
(10 VON 10, FUN.GENERATION 11/99)

„CRASH TEAM RACING IST DER NEUE KÖNIG DES GENRES UND EIN ABSOLUTER PFLICHTKAUF!"
(10 VON 10, PLAY PLAYSTATION 11/99)

AUSSTATTUNGSEXTRAS:

UMSATZGARANT BEI BISHER 300.000 VERKAUFTEN EXEMPLAREN DER BANDICOOT-SERIE. AUFMERKSAMKEITSSTARKER TV- UND PRINTAUFTRITT.
CA. 1.000.000 DM GESAMT-MARKETINGBUDGET.

JETZT BESTELLEN:

SONY COMPUTER ENTERTAINMENT DEUTSCHLAND
TELEFON: 0 69/66 54 31 25
TELEFAX: 0 69/66 54 35 55

UNIVERSAL
UNIVERSAL INTERACTIVE STUDIOS

PlayStation®
IT´S NOT A GAME

NAUGHTY DOG

and "PlayStation" are registered trademarks of Sony Computer Entertainment Inc. is a trademark of Sony Corporation. CTR (Crash Team Racing) Game © 1999 Sony Computer Entertainment America, Inc. Source Code © Naughty Dog, Inc. Developed by Naughty Dog, Inc. CTR and Crash Team Racing and related characters ™ & © 1999 Universal Interactive Studios, Inc. All rights reserved. Published by Sony Computer Entertainment Europe.

MEDIA CONTROL CHARTS

Erhebungszeitraum: 16.10.99–31.10.99

Top 50 Games

EVP über DM 55,-

Platz	Titel	Platzierung vor 14 Tagen	Wochen in den Charts	Spielehersteller	USK-Freigabe*
1	**AGE OF EMPIRES II**	**NEU**		**Microsoft**	**12**
2	GRAND THEFT AUTO 2	NEU		Take 2 Interactive	16
3	HOMEWORLD	NEU		HAVAS Interactive	12
4	ANNO 1602 – KÖNIGSEDITION	(4)	2	Sunflowers	06
5	KICKER– FUSSBALLMANAGER	NEU		Heart-Line	o.A.
6	COMMAND & CONQUER 3: TIBERIAN SUN	(2)	6	Electronic Arts	16
7	CATAN –DIE ERSTE INSEL	NEU		Ravensburger	o.A.
8	DRIVER	(1)	3	GT Interactive	06
9	RAINBOW SIX – ROGUE SPEAR	(3)	2	Take 2 Interactive	16
10	AUTOBAHN RASER II	NEU		Davilex Software	06
11	PANZER GENERAL IV : WESTERN ASSAULT	(5)	4	The Learning Company	16
12	PRINCE OF PERSIA 3D	(8)	4	The Learning Company	12
13	DIE SIEDLER 3 + GEHEIMNIS DER AMAZONEN	(9)	2	Blue Byte	12
14	NHL HOCKEY 2000	(6)	4	Electronic Arts	o.A.
15	DIE SIEDLER 3	(15)	44	Blue Byte	12
16	ROLLERCOASTER TYCOON	(19)	30	MicroProse	06
17	HALF-LIFE: GAME OF THE YEAR EDITION	(26)	2	HAVAS Interactive	16
18	SYSTEM SHOCK 2	(7)	4	Electronic Arts	16
19	NEED FOR SPEED 4	(17)	16	Electronic Arts	o.A.
20	DRAKAN (dt. Version)	(10)	6	GT Interactive	16
21	BUNDESLIGA STARS 2000	(11)	8	Electronic Arts	oA
22	STAR TREK: STARFLEET COMMAND	(14)	2	Interplay	12
23	MIGHT & MAGIC VII (dt.Version)	(13)	4	UBI Soft	12
24	STAR WARS – EPISODE I – DIE DUNKLE BEDROHUNG	(16)	20	Lucas Arts	16
25	UNTER SCHWARZER FLAGGE	(12)	4	Eidos	12
26	GORKY 17	NEU		Topware Interactive	16
27	BALDUR'S GATE + LEGENDEN D. SCHWERTKÜSTE	(24)	2	Interplay	12
28	HEROES OF MIGHT & MAGIC 3: (dt. Version)	(25)	18	Ubi Soft	12
29	DARKSTONE	(20)	4	Electronic Arts	12
30	OFFICIAL FORMULA ONE RACING	(30)	20	Eidos	o.A.
31	CIVILIZATION 2 – TEST OF TIME	(21)	4	Microprose	06
32	BIING! 2	(18)	4	Magic Byte	16
33	RAINBOW SIX - GOLD PACK	**W.E.**		Take 2 Interactive	16
34	COMMAND & CONQUER 2: MEGABOX	(34)	20	Electronic Arts	16
35	STAR WARS – EPISODE 1: RACER	(27)	18	LucasArts	06
36	HIDDEN & DANGEROUS	(22)	12	Take 2 Interactive	16
37	AMERZONE	(44)	2	HAVAS Interactive	o.A.
38	DUNGEON KEEPER 2	(23)	16	Electronic Arts	12
39	SIMCITY 3000	(32)	34	Electronic Arts	12
40	CIVILIZATION: CALL TO POWER	(33)	28	Activision	06
41	SHADOW COMPANY – IM SCHATTEN DES TODES	NEU		Ubi Soft	16
42	GP 500	(31)	2	MicroProse	06
43	FALCON 4.0 (dt. Version)	(39)	38	MicroProse	16
44	FLIGHT UNLIMITED 3	(42)	2	Electronic Arts	o.A.
45	OUTCAST	(29)	16	Infogrames	16
46	N.I.C.E. 2 & N.I.C.E. 2 – TUNE UP	NEU		Synetic	12
47	FLIGHT SIMULATOR '98	**W.E.**	20	Microsoft	o.A.
48	STAR TREK: BIRTH OF THE FEDERATION	(38)	8	MicroProse	o.A.
49	SHADOWMAN	(35)	18	Acclaim	16
50	MIDTOWN MADNESS	(37)		Microsoft	06

Top 20 Games

EVP unter DM 55,-

Platz	Titel	Platzierung vor 14 Tagen	Wochen in den Charts	Spielehersteller	USK-Freigabe*
1	**RTL MEDICOPTER 117**	**(1)**	**4**	**THQ/RTL**	**06**
2	COLIN MCRAE RALLY – CLASSICS	(2)	4	Codemaster	o.A.
3	COMMAND & CONQUER 1	(3)	18	Electronic Arts	16
4	WORMS 2	(5)	16WE	MicroProse	06
5	TOCA TOURING CAR CHAMPIONSHIP – CLASSICS	NEU		Codemaster	o.A.
6	BAPHOMETS FLUCH 2	(4)	14	Virgin	12
7	ANSTOSS 2 – GOLD	(6)	8	Ascaron	o.A.
8	AUTOBAHN RASER	(7)	34	Davilex Software	06
9	DIE SIEDLER 2 – GOLD EDITION	(13)	30	Blue Byte	06
10	COMMAND & CONQUER: MEGABOX	(8)	20	Electronic Arts	16
11	LAND DER HOFFNUNG	(10)	6	Innonics	12
12	HELL-COPTER	(14)	2	Ubi Soft	12
13	RAILROAD TYCOON 2	NEU		Take 2 Interactive	o.A.
14	HUGO 5	(16)	2WE	ITE Media	o.A.
15	TOMB RAIDER II – DIRECTOR'S CUT	(18)	18	Eidos	16
16	HUGO - GOLD	(19)	8WE	ITE Media	o.A.
17	CAESAR 3 RELAUNCH	NEU		HAVAS Interactive	06
18	GUT GEMISCHT	(12)	4	Eidos	o.A.
19	RISIKO – SMILE + BUY	**W.E.**		Hasbro Interactive	12
20	BIOSYS	(20)	2	Take 2 Interactive	o.A.

W.E. = Wiedereinstieg, * Altersfreigabe gemäß USK (o.A. = ohne Altersbegren-

Top 20 Sony PlayStation — Full Price

Platz	Titel	Platzierung Vormonat	Monate in den Charts	Spielehersteller	USK-Freigabe*
1	**FORMEL 1 '99**	**NEU**		**Sony Computer**	**o.A.**
2	STAR WARS – EPISODE 1 – DIE DUNKLE BEDROHUNG	NEU		Lucas Arts	16
3	FINAL FANTASY VIII	NEU		Sony Computer	12
4	DRIVER	(1)	4	GT Interactive	06
5	TONY HAWK'S SKATEBOARDING	(12)	1	Activision	06
6	BUNDESLIGA STARS 2000	(2)	2	Electronic Arts	o.A.
7	NHL HOCKEY 2000	NEU		Electronic Arts	o.A.
8	AKTE X – DAS SPIEL	(13)	1	Sony Computer	12
9	LEGACY OF KAIN: SOUL REAVER	(3)	1	Eidos	16
10	RESIDENT EVIL – DIRECTOR'S CUT	(11)	1WE	Virgin	18
11	GRAND THEFT AUTO 2	NEU		Take 2 Interactive	16
12	FUSSBALL LIVE	NEU		Sony Computer	o.A.
13	SILENT HILL	(4)	3	Konami	18
14	V-RALLY 2	(9)	3	Infogrames	06
15	NEED FOR SPEED 4	(8)	6	Electronic Arts	o.A.
16	R/C STUNT COPTER	NEU		Interplay	o.A.
17	DINO CRISIS	NEU		Virgin	16
18	INTERNATIONAL SUPERSTAR SOCCER PRO 98	**W.E.**		Konami	o.A.
19	ODDWORLD – ABE'S EXODDUS	(20)	2WE	GT Interactive	12
20	RACING SIMULATION 2	(6)	6	UBI Soft	o.A.

Top 10 Sony PlayStation — Platinum

Platz	Titel	Platzierung Vormonat	Monate in den Charts	Spielehersteller	USK-Freigabe*
1	**TEKKEN 3 - PLATINUM**	**(1)**	**1**	**Sony Computer**	**16**
2	GRAN TURISMO – PLATINUM	(2)	5	Sony Computer	o.A.
3	MEDIEVIL – PLATINUM	(4)	1	Sony Computer	12
4	COLIN MC RAE RALLY –PLATINUM	(3)	2	Codemaster	o.A.
5	COMMAND & CONQUER 2 – PLATINUM	(5)	4	Electronic Arts	16
6	TOMB RAIDER II – PLATINUM	(6)	7	Eidos	16
7	FINAL FANTASY VII – PLATINUM	(7)	4	Sony Computer	12
8	CRASH BANDICOOT 2 – PLATINUM	(8)	6	Sony Computer	06
9	GRAND THEFT AUTO –PLATINUM	**W.E.**		Take 2 Interactive	16
10	FIFA '98 – DIE WM-QUALIFIKATION: PLATINUM	(10)	4	Electronic Arts	o.A.

Top 20 Nintendo 64

Platz	Titel	Platzierung Vormonat	Monate in den Charts	Spielehersteller
1	**MARIO PARTY**	**(2)**	**7**	**Nintendo**
2	MARIO GOLF	NEU		Nintendo
3	STAR WARS RACER (EPISODE 1)	(3)	4	Nintendo
4	SHADOWMAN	(1)	1	Acclaim
5	WCW VS. NWO REVENGE	(7)	2WE	Konami
6	COMMAND & CONQUER	(4)	3	Nintendo
7	THE LEGEND OF ZELDA – OCARINA OF TIME	(6)	10	Nintendo
8	WIPEOUT	(19)	1	Konami
9	RAYMAN 2	NEU		Ubi Soft
10	F1 WORLD GRAND PRIX 2	(9)	2	Nintendo
11	HYBRID HEAVEN	NEU		Konami
12	BODY HARVEST	**W.E.**		Gremlin Interactive
13	TUROK 2 (dt. Version)	(14)	9	Acclaim
14	DUKE NUKEM: ZERO HOUR (dt. Version)	NEU		GT Interactive
15	INTERNATIONAL SUPERSTAR SOCCER 98	(10)	2WE	Konami
16	HOLY MAGIC CENTURY	(5)	4WE	Konami
17	CASTLEVANIA	(13)	5	Konami
18	STAR WARS: ROGUE SQUADRON	(11)	8	Nintendo
19	RUGRATS – DIE GROSSE SCHATZSUCHE	NEU		THQ
20	BANJO – KAZOOIE	(17)	13	Nintendo

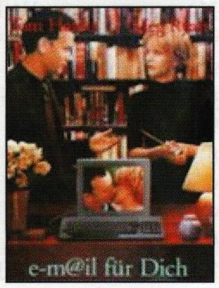
Top 10 Game Boy

Platz	Titel	Platzierung Vormonat	Monate in den Charts	Spielehersteller
1	**POKÉMON – BLAUE EDITION**	**NEU**		**Nintendo**
2	POKÉMON – ROTE EDITION	NEU		Nintendo
3	SUPER MARIO BROS. DELUXE (COLOR)	(1)	4	Nintendo
4	TETRIS DELUXE (COLOR)	(5)	10	Nintendo
5	TABALUGA (COLOR)	(3)	5	Infogrames
6	GAME & WATCH GALLERY 2 (COLOR)	(8)	1WE	Nintendo
7	ASTERIX & OBELIX (COLOR)	(4)	4	Infogrames
8	HUGO 2 1/2 (COLOR)	(10)	3	Infogrames
9	BIENE MAJA (COLOR)	(7)	1	Acclaim
10	THE LEGEND OF ZELDA (COLOR) – OCARINA OF TIME	**W.E.**		Nintendo

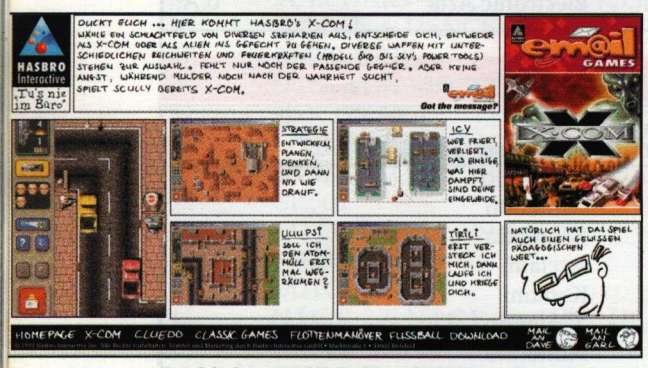
Kampagne für Em@il Games soll Schneeballeffekt auslösen

Hasbro Interactive überträgt die innovative Werbekampagne auf die Consumer Presse und verlost mehrere tausend Produkte.

Bielefeld. Hasbro Interactive plant für die gerade in der Auslieferung befindlichen Em@il Games eine breit angelegte Marketing- und PR-kampagne. Bei den Em@il Games handelt es sich um rundenbasierte Spiele, bei denen abwechselnd Züge per E-Mail verschickt werden. Die Printkampagne erklärt im Rahmen eines pfiffigen Comic-Strip die Arbeitsweise der neuen Games. Im Mittelpunkt der Anzeigenstrecke stehen die beiden Zeichentrickcharaktere Earl und Dave, die sich beim Spielen gegenseitig unflätige Bemerkungen an den Kopf werfen. Es gibt vier provokante Print-Motive mit dem Titel „Tu's nie im Büro". „Wir hoffen, dass die Leute auf die Fortsetzung warten", erklärt Heike Dieterichs, Marketing & Finance Director bei Hasbro Interactive. Entsprechend humoristisch ist auch die Webpage www.email-games.de gestaltet. Hier kann man unter anderem E-Mails an Ed und Dave schicken und erhält entsprechend unflätige Antworten. Alle Adressaten des Hasbro-Presseverteilers erhalten in diesen Tagen einen Spielzug aus einem der Em@il Games. So will man auch der Presse die Funktionsweise der Spiele deutlich machen und sie für das Thema begeistern. „Ein wichtiger Teil unserer Marketing-Kampagne sind groß angelegte Verlosungsaktionen über TV- und Fachzeitschriften, bei denen wir nicht 100 Produkte ausloben, wie man das normalerweise tut, sondern ein paar tausend. Wir wollen damit den Schneeballeffekt auslösen", so Dieterichs. Bei der Anzeigenkampagne habe man aus einer Not eine Tugend gemacht. „Wir wussten, dass wir in Publikumszeitschriften werben müssen. Die Anzeigenpreise sind dort recht hoch. Durch den Comic-Strip, der sich immer auf der unteren Viertelseite befindet, kann man diese Kampagne auch länger anlegen und trotzdem bezahlen." Hasbro wird außerdem in etwa 150.000 Kaufkassetten des Kauf-Videos „e-m@il für Dich" mit Em@il-Games-Flyern vertreten sein. *(jf)* ▮



Etwa 150.000 Kaufvideos legt Hasbro Interactive Flyer zu den Em@il Games bei.



Em@il Games' Website mit echtem Unterhaltungswert: Die Spiele werden ausführlich erklärt. Schickt man den Antihelden Ed und Dave E-Mails, so erhält man unflätige Antworten.

Infogrames startet formatübergreifende Worms-Kampagne

Die drei verschiedenen Worms-Titel für PSX, N64 und GBC werden in einer formatübergreifenden Kampagne beworben.

Dreieich. Infogrames bewirbt die am 12. November erscheinenden Worms-Titel *Worms Pinball* (PSX) und *Worms Armageddon* (N64, GBC) formatübergreifend für alle drei Plattformen. „*Worms* hat sich als ein herausragendes Brand in der Computer- und Videospielebranche entwickelt", so Wolfgang Duhr, Produkt Manager bei Infogrames. „Durch die formatübergreifende Kampagne erreichen wir schon mehr als 14 Mio. Kontakte innerhalb der Kernzielgruppe." So soll die Marke *Worms* in einer Anzeigenkampagne in der Fachpresse von Oktober bis Januar penetriert werden. Zudem kooperiert Infogrames mit der Gauselmann Gruppe, dem Marktführer im Bereich münzbetriebener Unterhaltungselektronik. Im Rahmen der Kooperation werden die drei Titel in der McDonalds Kino News vorgestellt, in einem begleitenden Gewinnspiel verlosen die beiden Unternehmen den brandaktuellen *Star Wars-Flipper 2000*. Als weitere Preise werden 1.000 Gutscheine für einen Spielhallenbesuch verlost. *(fo)* ▮

In Kooperation mit der Gauselmann Gruppe verlost Infogrames diesen wertvollen Star-Wars-Flipper.

H.O.T. installiert Multimedia-Segment mit Lara Croft

Der deutsche Shopping-TV-Sender will mit diesem neuen Segment auf den sich immer stärker verändernden Markt reagieren.

München. Deutschlands erster Shopping-Sender H.O.T (Home Order Television) startet im November das neue Segment Multimedia, in dem Produkte aus den Bereichen Soft- und Hardware, PC-Zubehör, Bürokommunikations-Technik, Digitalkameras und Prepaid-Mobilfunk vorgestellt werden. Der Auftakt der Reihe wird von Cyberstar Lara Croft präsentiert. Neben zwei Moderatoren sollen auch Vertreter der jeweiligen Unternehmen die Kundschaft an das beratungsintensive Produktangebot heranführen. „Der Start von Multimedia ist nicht nur ein wichtiger Schritt in einen Markt der Zukunft, er unterstreicht auch unsere Positionierung als führendes elektronisches Handelshaus", erklärt H.O.T.-Geschäftsführer Dr. Andreas Buechelhofer. *(fo)* ▮

Marketing-Kalender

	September	Oktober	November	Dezember	Januar	Februar
Worms Flipper (PSX), Worms Armageddon (N64, GBC) Vertrieb: Infogrames			Release: 12. November			
		Anzeigen in der Fachpresse				
			P.O.S.-Paket			
			Kooperation mit der Gauselmann Gruppe, Verlosung des *Star Wars*-Flippers			
Action Man – Mission Extreme (PSX) Vertrieb: Hasbro Interactive			Release: 5. November			
			Anzeigen in der Fachpresse			
			P.O.S.-Paket mit Sellsheets, Postern, Pins, Demos			
		Competitions in Comics, TV und in Magazinen, Cross-Promotions und Kooperationen im Spielzeugbereich				
Tonka Joes Baustelle (PC Vertrieb: Hasbro Interactive			Release: 5. November			
			Printkampagne im Rahmen der Hasbro-Kids-Reihe			
			Umfangreiches P.O.S.-Paket			
			Competitions, Medienkooperationen			

Spots | Anzeigen | P.O.S.-Material | Extras

DIE NEUE GOLD GAMES

Viel MASSE ...und einfach wieder KLASSE!

Sehen Sie selbst:

21 TOP-SPIELE AUF 24 CD-ROMS

GOLD GAMES 4

21 TOP-SPIELE AUF 24 CD-ROMS

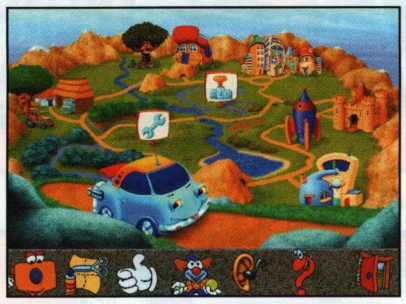
Diablo	90%	PC Player	02/97
Fallout 2	86%	PC Action	01/99
Might and Magic VI	88%	PC Games	06/98
UPRISING 2	82%	GameStar	02/99
Conflict Freespace:			
The Great War	90%	PC Action	07/98
Rayman	87%	PC Games	01/96
Knights & Merchants	86%	PC Joker	10/98
Leisure Suit Larry 7	84%	Power Play	01/97
M.A.X. 2	85%	PC Action	08/98
Redline Racer	83%	Power Play	05/98
Die by the Sword	86%	PC Games	05/98
Caesar II	91%	PC Action	01/96
Pandemonium 2	87%	PC Games	06/98
Pro Pilot	80%	Power Play	08/98
RoboRumble	83%	Power Play	07/98
V2000	83%	PC Player	11/98
DSF Fußballmanager 98	Gut	Computer Bild	07/98
S.C.A.R.S.	77%	PC Joker	02/99
Police Quest SWAT 2	79%	PC Joker	08/98
Fallout	85%	GameStar	05/98
3D Ultra Pinball 3 - Der Vergessene Kontinent	70%	PC Player	01/98

www.goldgames4.de

ComputerBILD Auszeichnung 1999
„Der goldene Computer"
GOLD GAMES III

BLIZZARD ENTERTAINMENT · SIERRA · TopWare INTERACTIVE · 3DO · Interplay · Ubi Soft ENTERTAINMENT

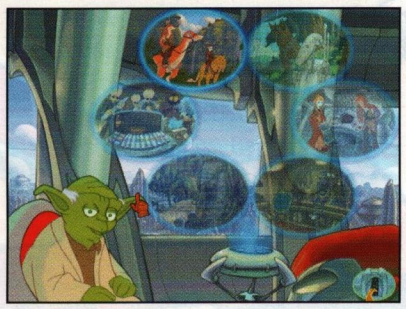
Addy Junior Natur und Technik



Produktgruppe: ..Edutainment
System: .....PC/MAC
Hersteller: .....Cocktel
Vertrieb: .....Havas
Empf. VK.: .....ca. DM 70,-
Produktqualität: 82%
Ordertipp: .....A

Mit der *Addy-Junior*-Reihe wendet sich Hersteller Cocktel an Computeranfänger im Alter von vier bis sieben Jahren. Die Kinder können in der virtuellen Lern- und Spielwelt mehr über ihre Umwelt und Geheimnisse des täglichen Lebens lernen. In den fünf Bereichen geht es um Elektrizität, Mechanik, Natur auf einem Bauernhof, die Planeten und das Leben in der Stadt. Zusätzlich zu den Übungen und Spielen des Programms können 30 Arbeitsblätter ausgedruckt werden, die dann ohne den Computer zu bearbeiten sind. Für die Eltern ist eine Erfolgskontrolle abrufbar und die Kinder erhalten durch gesprochene Kommentare Rückmeldung darüber, wie gut sie gearbeitet haben und was noch verbessert werden kann. Der Schwierigkeitsgrad der Aufgaben ist in drei Stufen wählbar. Als besonderen Gag können die Kinder nicht nur die einzelnen Bereiche anklicken, sondern auch mit einem kleinen Auto in einer 3D-Perspektive herumfahren. *(bs)* ▮

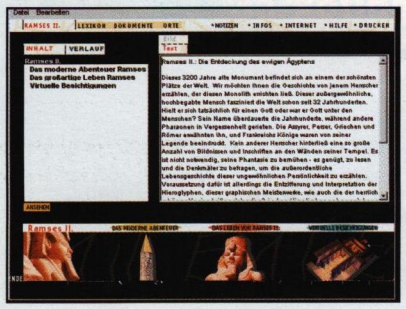
Yodas Abenteuer



Produktgruppe: .....Utility
System: .....PC/MAC
Hersteller: .....systhema
Vertrieb: .....systhema
Empf. VK.: ..... DM 49,90
Produktqualität: 88%
Ordertipp: .....A

Das Programm führt die Zielgruppe der Fünf- bis Neunjährigen auf amüsante und kurzweilige Weise an Mathematik, Lesen und Musik heran. Trainiert werden logisches Denken, Textverständnis, Vokabular, musikalische Grundfähigkeiten, räumliches Vorstellungsvermögen und visuelle Wahrnehmung. Die Spieler können zwischen sechs Spielen auswählen, wobei sie von Yoda mit schlauen Kommentaren im Stil von „Eine gute Wahl getroffen du hast" begleitet werden. Die Themen der Spiele sind im neuesten Star-Wars-Film Episode I angesiedelt. Unterschiedliche Komplexitätsgrade bieten einen einfachen Einstieg, mit zunehmender Spielerfahrung werden auch die Ansprüche an die Kinder höher. Jedes Spiel bietet eine große Anzahl an Puzzles, die die Spieler erfolgreich lösen sollen. *(bs)* ▮

Ramses



Produktgruppe: ..Productivity
System: .....PC/MAC
Hersteller: .United Soft Media
Vertrieb: ..United Soft Media
Empf. VK.: ..... DM 79,90
Produktqualität: 80%
Ordertipp: .....C+

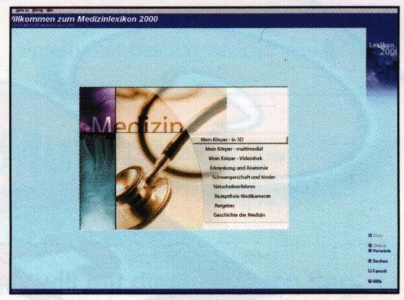
Die CD-ROM ist eine Dokumentation des Lebens von Ramses II., seiner Dynastie und Politik sowie seiner Kriege und Bauten. Der gottgleiche Pharao hinterließ nach 67 Regierungsjahren eine Vielzahl von Bauwerken, Tempeln und Monumenten. Die renommierte Ägyptologin Christiane Desroches Noblecourt präsentiert dies in Wort, Bild und animierten Sequenzen von fast dreistündiger Dauer. Das Glossar liefert mit mehr als 300 Stichwörtern und über 4.000 Originalfotos einen fundierten Hintergrund für das Verständnis der altägyptischen Kultur. Neben ausführlichen wissenschaftlichen Erklärungen können die Benutzer in virtuellen Besichtigungen von 3D-Modell-Rekonstruktionen ihr Wissen über den Pharao und seine Zeit vertiefen. *(bs)* ▮

Goldfinger 3

Produktgruppe: .....Utility
System: .....PC/MAC
Hersteller: .....Systhema
Vertrieb: .....HMH
Empf. VK.: ..... DM 29,90
Produktqualität: 89%
Ordertipp: .....C+

Mit *Goldfinger 3* wird der Anwender zwar nicht zum Widersacher von James Bond, aber das Programm hilft dem Benutzer, sich Fähigkeiten von Miss Moneypenny anzueignen. Ziel der Lektionen ist das Erlernen des Schreibens auf Tastaturen mit dem Zehnfinger-System. Zu Beginn stehen Buchstaben- und Wortübungen auf dem Programm, diese werden im Verlauf umfangreicher und anspruchsvoller. Durch die Unterstützung einer Farbcodierung wird die Zuordnung der Finger zu bestimmten Tasten relativ schnell erlernt. Das Programm erkennt häufig gemachte Fehler und trainiert dann systematisch deren Vermeidung. Eine statistische Auswertung zeigt die Schwächen der Benutzer deutlich auf und ermöglicht so auch das gezielte Bearbeiten der Schwächen. Neben dem deutschen Tastaturlayout beherrscht *Goldfinger 3* auch die Schweizer und die amerikanische Variante. *(bs)* ▮

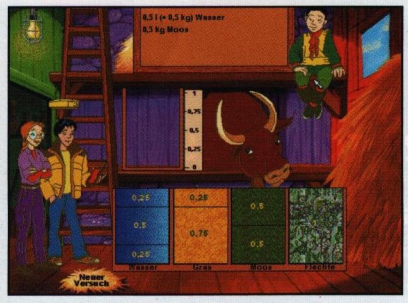
Das große Medizin Lexikon



Produktgruppe: .....Utility
System: .....PC
Hersteller: .....Data Becker
Vertrieb: .....Data Becker
Empf. VK.: .....DM 69,95
Produktqualität: 92%
Ordertipp: .....C+

Das Data Becker Lexikon ersetzt zwar keinen Arzt, ist aber dennoch ein sehr gelungenes Nachschlagewerk zum Thema Gesundheit. Auf zwei CD-ROMs erhält der Anwender 15.000 Stichwörter, über 60 Minuten Videos und 75 frei drehbare 3D-Modelle zum Thema. Darüber hinaus findet sich ein nützlicher Ratgeber zu mehr als 2.000 rezeptfreien Medikamenten, auch zum Thema Erste Hilfe ist umfangreiches Material vorhanden. Die Erklärungen sind zwar umfangreich, bleiben aber dennoch immer verständlich. Erfreulich ist auch das Vorhandensein eines umfangreichen Handbuches, das die Funktionen des Programms gut erläutert. *(bs)* ▮

Die schlaue Bande: Mathe



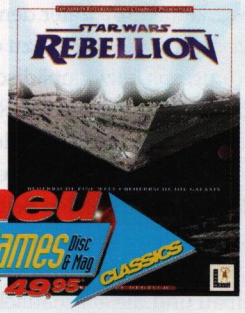
Produktgruppe: ..Edutainment
System: .....PC/MAC
Hersteller: .....TLC
Vertrieb: .....TLC
Empf. VK.: ..... DM 49,95
Produktqualität: 83%
Ordertipp: .....B

Das Programm verpackt den oftmals ungeliebten Lernstoff Mathematik in eine Detektivgeschichte. Die Mitglieder der schlauen Bande sind zusammen mit ihrem schwebenden Computer einem Rätsel in einem Himalaja-Dorf auf der Spur. Geübt werden dabei Kenntnisse wie die Grundrechenarten, Textaufgaben, Rechnen mit Maßeinheiten, Geometrie, Bruchrechnung, Kommazahlen, Graphen und Tabellen, logisches Denken sowie das Lösen von Problemen. Die Übungen sind durch verschiedene Schwierigkeitsstufen individuell an den Kenntnisstand der Kinder anpassbar. Die Aufgaben sind klassenübergreifend für Kinder im Alter von acht bis zwölf Jahren. Durch die unterschiedlichen Übungstypen wird auch auf verschiedene Lernstile bei Kindern Rücksicht genommen. Insgesamt können zusammen mit der schlauen Bande neun Spiele in zehn Schwierigkeitsstufen und 24 Rätsel bearbeitet werden. *(bs)* ▮

CLASSICS

STAR WARS™: REBELLION™

DAS STRATEGIESPIEL VON LUCASARTS: ZERSCHLAGEN SIE DIE ALLIANZ UND NEHMEN SIE DAS SCHICKSAL IN DIE HAND.



Erobern Sie die Galaxis mit Gewalt, oder benutzen Sie die geheimen Kanäle der Diplomatie. Verdienen Sie sich die Loyalität oder den Haß von bis zu 200 Welten. In ***Star Wars™* Rebellion™** haben Sie unzählige Möglichkeiten, Ihr taktisches und strategisches Können in einer Echtzeitumgebung unter Beweis zu stellen.

GRIM FANDANGO:

LUCASARTS' GRIM FANDANGO - EINE SURREALE ERZÄHLUNG ÜBER VERBRECHEN, KORRUPTION UND HABGIER IM LAND DER TOTEN.

Grim Fandango kombiniert Elemente des klassischen Film Noir mit einer mysteriösen und packenden Story, in der Manny Calavera, Reisebüroinhaber im Land der Toten, vier Jahre auf der Suche nach Erlösung verbringt. **Grim Fandango** ist das ambitionierteste Grafikadventure, das LucasArts jemals entwickelt hat. Bei **Grim Fandango** gibt es mehr als 50 geheimnisvolle Charaktere und 90 Schauplätze - alle in wunderschönster 3D-Animation präsentiert.

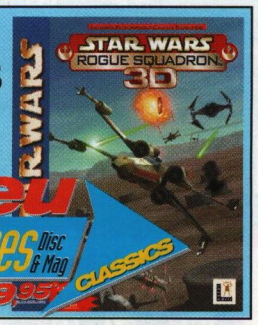
STAR WARS™: EPISODE I MAGIE EINES MYTHOS™

***Magie eines Mythos* ist die faszinierende und umfassende Führung durch den neuesten *Star Wars* Film!**

LucasArts Entertainment Company LLC bietet den Fans mit ***Star Wars™: Episode I Magie eines Mythos™*** die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen von *Star Wars™*: Episode I *Die Dunkle Bedrohung™* zu werfen. Das Programm liefert exklusive Informationen zu Bildern, Sounds und Szenen dieses außergewöhnlichen Films. Die umfassenden Einträge – von Special-Effects-Fakten, über Interviews mit den Machern, bis hin zu Überraschungen und Geheimnissen über die Produktion – werden die *Star Wars™* Fans unterhalten und über das erste Kapitel ihrer weit, weit entfernten Galaxis informieren.

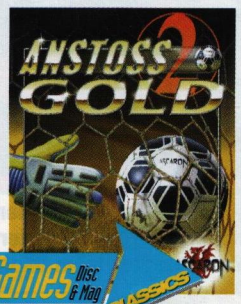
Rogue Squadron:

LUKE SKYWALKER ERWARTET DIE FURCHTLOSESTEN STAR-FIGHTER DER GALAXIS IN LUCASARTS' *STAR WARS™: ROGUE SQUADRON™*



Star Wars™: Rogue Squadron™ gibt dem Spieler erstmals die Gelegenheit, in den Raumanzug von Luke Skywalker zu steigen und ihn gegen das gefürchtete Imperium in den legendären X-Wings, Y-Wings, A-Wings und V-Wings kämpfen zu lassen. Fliegen Sie auch den wendigen nabooianischen Raumjäger, der mit Schnellfeuer-Zwillingslaserkanonen, Lenkraketen und anderen aufrüstbaren Waffen ausgestattet ist.

ANSTOSS 2 GOLD



STAR WARS™: X-WING VS TIE FIGHTER™

& Missionen: Balance of Power™

Nun können Sie Ihren Mut in rasanten Echtzeit-Weltraumschlachten der *STAR WARS* Saga unter Beweis stellen. Treten Sie gegen 2 bis 8 Spieler über Modem, Netzwerk oder Internet an, um den besten Kampfpiloten der Galaxis zu ermitteln. Gehören Sie zur Elite?

STAR WARS™: JEDI KNIGHT™

& Missionen: Mysteries of the Sith™

Der 3D-Shooter der Extraklasse! Möge die Macht mit Ihnen sein! In der Rolle von Kyle Katarn kämpfen Sie in dreidimensionalen *STAR WARS* Welten mit Ihrem Lichtschwert und unterschiedlichen Feuerwaffen gegen die Dunkle Seite der Macht.

DM 49,95*

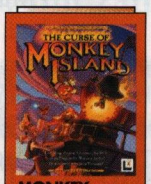
STAR WARS™: BEHIND THE MAGIC™

STAR WARS™: BEHIND THE MAGIC™: Garantiert das unterhaltsamste *Star Wars™* Multimedia-Handbuch der Galaxis! Ein Muß für alle wissensdurstigen *Star Wars™* Fans, das keine Fragen offenläßt!

TENDER LOVING CARE - DIE VERSUCHUNG

DIE VERSUCHUNG Wir führen Sie in Versuchung... Erleben Sie John Hurt in einem faszinierenden Psychothriller über Lust, Betrug und Verführung. Wann haben Sie zuletzt nur DM 49,95* für Ihren Psychiater bezahlt?

MONKEY ISLAND 3™



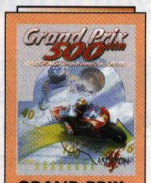
MONKEY ISLAND 3™ Alle Mann an Deck! Im dritten Teil der Abenteuer-Piratenserie mit salzigem Humor, exotischen Schauplätzen und einer Love-Story kämpft Guybrush gegen den Piratendämon LeChuck.

DM 29,95*

RENT A HERO

RENT A HERO erzählt die packende Fantasy Story von Rodrigo, einem Helden zum Mieten. Sie glauben nicht an Helden? Dann mieten Sie sich doch einen... ...und lernen Sie Rodrigo kennen!

GRAND PRIX 500ccm



GRAND PRIX 500ccm – die Motorrad-Rennsportsimulation für Win95/Win NT – Sie wollten schon immer einen echten Rennbock unter dem Hintern haben? Dann sind Sie hier richtig!

WEITERE PC GAMES CLASSICS

DM 19,95*

Fatal Fury +++ Raiden II +++ Zero Divide +++ Layer Section +++ Zeitgeist +++ Darius Gaiden +++ In the Hunt +++ Samurai Spirits +++ Space Invaders

DM 29,95*

Monkey Island Special +++ Die Abenteuer des Indiana Jones +++ Vermeer +++ Rent A Hero +++ Grand Prix 500 +++ Elisabeth I. +++ Fatal Racing +++ Toshinden 2 +++ Test Drive Off-Road

DM 39,95*

Outlaws +++ Jetfighter 3+ +++ RedJack +++ Shadows of the Empire +++ Castrol Honda Superbike World Champions +++ LucasArts Zehn Adventures

RUSHWARE GmbH – A THQ COMPANY
Tel. 0 21 31 / 60 70 +++ Fax 0 21 31 / 60 71 11 +++ Erhältlich überall, wo es Computerspiele gibt!

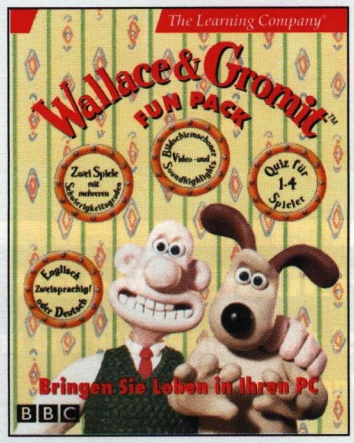
Alle Titel sind ausgezeichnet mit dem PC GAMES CLASSIC AWARD
*unverbindliche Preisempfehlung +++ Änderungen und Irrtümer vorbehalten +++ Preise in DM.

THQ
WWW.THQ.DE

Wallace und Gromit bei TLC

The Learning Company veröffentlicht mit dem Wallace & Gromit Fun Pack die erste CD-ROM zu den bekannten Knetmasse-Figuren von Nick Park. Weitere Programme folgen laut TLC noch.

Oberhaching. Mit dem *Wallace & Gromit Fun Pack* haben PC-Besitzer jetzt die Möglichkeit, sich die Knethelden auf den Rechner zu holen. Auf der CD-ROM findet sich eine Fülle an Information und Unterhaltung. Puristen können die Software auch auf Englisch installieren. Auf der CD-ROM finden sich einige Minispiele: Das Zugspiel erinnert an das Schienenlegen, mit dem Gromit es an Bord eines Spielzeugzuges schafft, den verbrecherischen Pinguin einzuholen. Gromit startet an Bord des Zuges und die Aufgabe des Spielers ist es, rechtzeitig die fehlenden Gleisstücke durch passende Teile zu ersetzen, ehe die Lok aus der Spur geworfen wird. Im Bungee-Spiel, das von Gromits Showeinlage in „Unter Schafen" (A Close Shave) inspiriert ist, spielt der Benutzer Gromit beim Fensterputzen: Eine Seifenschaumkanone schäumt die Fenster ein und Gromit muss an einem Bungee-Seil hängend möglichst rasch alle Fenster sauber bekommen. Dabei sollte er sich aber besser nicht mit der Techno-Dogge Preston anlegen, wenn dieser unvermutet hinter einer Fensterscheibe auftaucht. Eindeutig an Film-Freaks richtet sich dafür Quiz-O-Matic: Ein unterhaltsames Multiple-Choice-Quiz für ein bis vier Spieler, in dessen Verlauf man unterschiedlichste Zusammenhänge aus den Filmen erkennen und richtig benennen muss. Zudem enthält die CD-ROM zahlreiche Videosequenzen aus den Filmen „A Grand Day Out" (Alles Käse), „The Wrong Trousers" (Die Techno-Hose) und „A Close Shave" (Unter Schafen). Witzig aufgemacht als Berichte in der Zeitung Daily Lamp-Post, lassen sich die größten Momente aus den Filmen als Videos abspielen. Der Customise-O-Matic schließlich beinhaltet mehr als 50 kurze Sounds aus den Filmen, 50 verschiedene hochauflösende Bildschirmhintergründe und jede Menge Icons für den Desktop.



Mit dem Fun-Pack startet TLC eine neue Reihe mit den populären Figuren von Nick Park.

Voraussichtlich Ende November erscheinen *Wallace & Gromit Cracking Animator* und *Wallace & Gromit Print-o-matic*. Mit dem *Cracking Animator* lassen sich eigene Animationen erstellen; darin ist der *Expressionator* enthalten, mit dem können Gesichter zum Ton aus den berühmten Filmen animiert werden können. Der *Scene-o-Matic* dient zur Erstellung von animierten Filmen mit Darstellern, Hintergründen, Requisiten und Sounds aus den Originalfilmen. Mit dem *Customatic* lassen sich die in den Studios erstellten Animationen in einzigartige Bildschirmschoner verwandeln. Außerdem finden sich viele Bildschirmhintergründe und drei interaktive Bildschirmschonerspiele. Das Programm *Wallace & Gromit Print-o-matic* ist zur Erstellung von Schreibpapier, Postern, Visitenkarten, Urkunden, Lesezeichen, Grußkarten, Geschenkpapier und Einladungen gedacht. Es enthält verschiedene Basisvorlagen, Hintergrundfarben, Stile, sowie den echten Wallace-Wensleydale-Font. In jahrelanger Kleinstarbeit entstanden bei Aardman Pictures die Knetfiguren: Wallace, der etwas tapsige, aber gutherzige Erfinder mit einer Vorliebe für Wensleydale-Käse, und der Hund Gromit, der bevorzugt Zeitschriften über Technik liest und der der eigentliche Kopf hinter Wallace's Erfindungen ist. Die Trickfilme von Hund und Herrchen erlangten weltweit Kultstatus und wurden bereits mehrfach mit dem Oscar ausgezeichnet. The Learning Company wird das Wallace & Gromit Fun Pack für DM 49,95 auf den Markt bringen. *(bs)* ▌

Koch Media bringt Bertelsmann Wissen 2000

München. Zum Jahreswechsel veröffentlicht der Koch Media Verlag eine Wissens-Edition in limitierter Auflage von 5000 Exemplaren. Die Zusammenstellung aus vier Einzelwerken wurde unter dem Titel *Bertelsmann Wissen 2000* zu einer Verbindung von enzyklopädischer Größe vereint. Auf elf CD-ROMs und einem 8-seitigen Booklet findet der wissbegierige Anwender eine Fülle an multimedialen Beiträgen (Texte, Bilder, Tondokumente, Videos und Animationen). Der klare Aufbau und die anschaulichen Oberflächen ermöglichen ein intuitives Erschließen der Informationen. Folgende aktuelle Werke beinhaltet das neue *Bertelsmann Wissen 2000*: *Abenteuer Wissen 2.0, Chronik des 20. Jahrhunderts, Das große Bertelsmann Lexikon 2000* und der 368-seitige Bildband Unser Jahrhundert im Bild. Der empfohlene Verkaufspreis liegt inklusive einem kostenlosen Update für ein Jahr bei DM 199,-. *(bs)* ▌

Die limitierte Edition aus dem Hause Koch Media besteht aus vier Programmen sowie einem Bildband.

Mehr als eine halbe Million verkaufter Addy Software

Der kleine Außerirdische von Havas hat sich seit 1995 allein in Deutschland bereits in einer Auflage von 500.000 Stück verkaufen lassen.

Dreieich. Seit Jahren gehört die ADDY-Reihe zu den erfolgreichen Produkten im Edutainmentbereich. Das wurde nun durch die beeindruckende Zahl von 500.000 verkauften Exemplaren der gesamten Serie bestätigt. „Wir haben mit ADDY eine erfolgreiche Reihe etablieren können und werden auch in Zukunft alles dafür tun, technologische und inhaltliche Standards in diesem Bereich zu setzen. Für den weiteren Ausbau der ADDY-Reihe zählen wir, wie in der Vergangenheit, natürlich weiterhin auf die kompetente Unterstützung des Handels, denn nur mit Hilfe von starken Partnern können wir unsere Ziele erreichen", so Thorsten Reimann, Produktmanager für die ADDY-Reihe bei Havas Interactive. Anlässlich dieser Verkaufszahl hat Havas Interactive seinem Distributor Groß Electronic eine goldene CD-Rom als Zeichen des Danks für seine langjährige Unterstützung für die ADDY-Software verliehen *(bs)* ▌

Wolfgang Klingel von Havas, Günter-Groß von Groß Electronic und Ralph Hepp von Havas feiern 500.000 verkaufte ADDY-Edutainment-Programme.

United Soft Media engagiert sich verstärkt online

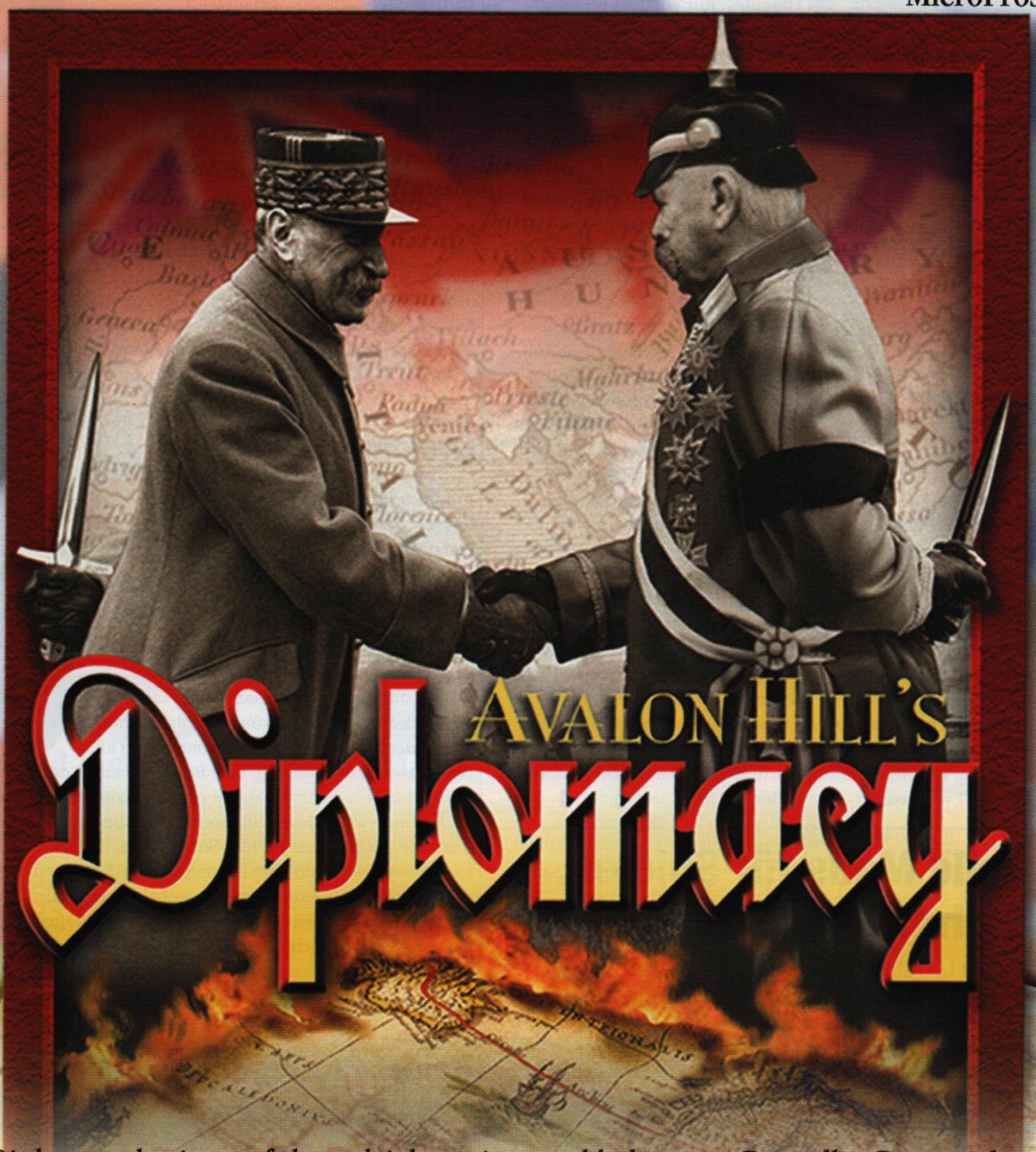
München. Ab dem nächsten Jahr will sich United Soft Media (USM) verstärkt im Online-Bereich engagieren. Begonnen wird allerdings bereits jetzt. USM will über 30.000 Daten und Fakten zur Geschichte des 20. Jahrhunderts auf der Verlagswebseite zur Online-Recherche freischalten. Die Umsetzung der *Chronik der Weltgeschichte* soll die Bereitschaft der Internet-Surfer testen, diese Inhalten, anzunehmen. Mit dem Angebot soll auch die Nachfrage nach den Offline-Produkten verstärkt werden. *(bs)* ▌

„Krieg ist die Fortsetzung der Diplomatie mit anderen Mitteln"

von Clausewitz, 1837

„Umsatz ist die Fortsetzung der Bestellung zur rechten Zeit"

MicroProse, 1999



Avalon Hill's Diplomacy

Diplomacy basiert auf dem gleichnamigen weltbekannten Bestseller-Brettspiel von Avalon Hill rund um Eroberung und Diplomatie. Ab dem 19. November werden wir diplomatisch: mit zahlreichen Marketing-Aktivitäten zum und nach dem Release:

- Zielgruppengerechte Anzeigen- und PR-Kampagne in PC- und Brettspielmagazinen
- Internetbannerkampagne und Wettbewerbe auf allen wichtigen Gameseiten im Internet
- Zahlreiche Promotions auf Messen und Events (z.B. Spiel 99 in Essen)
- Kooperationen mit diversen Diplomacy-Fanclubs

Exklusiv-Vertrieb

LEISURESOFT GmbH

Robert-Bosch-Strasse 1
59199 Bönen
Tel: 02383 / 69 0
Fax: 02383 / 69 500
www.leisuresoft.de

MICROPROSE

www.microprose.de

HASBRO Interactive

© 1999 Hasbro Interactive Inc. MicroProse und Avalon Hill sind eingetragene Warenzeichen von Hasbro Interactive. Alle Rechte vorbehalten.

Guillemot veröffentlicht erste Hercules-Grafikkarte

Nach der Übernahme von Hercules will Guillemot den Markennamen bereits Ende November für eine neue Grafikkarte nutzen.

Düsseldorf. Nach dem Erwerb der Marke Hercules Ende Oktober (MCV berichtete) will Guillemot den bekannten Markennamen bereits kurzfristig verwenden. Das erste Produkt unter neuem Label ist die Grafikkarte Hercules 3D Prophet DDR-DVI. Guillemot positioniert die neue Karte als Produkt, das die Kontinuität in der Hercules-Tradition mit hoher Leistung und guter Verarbeitung fortsetzt. „Wir schätzen die Verpflichtung zu absoluter Qualität, die Hercules seit je her eingegangen ist. Mit der 3D Prophet DDR-DVI werden wir Hercules' Ruf wieder erneuern und wollen Anwender weltweit überzeugen, dass diese Karte der aufregendste Grafikbeschleuniger am Markt ist", erklärt Claude Guillemot, Präsident der Guillemot Corporation. Guillemot will nun mit selbst entwickelten Produkten und der Reputation von Hercules eine Spitzenstellung im Grafikkarten-Markt erobern. Die Speerspitze dieses Feldzuges soll nun die Karte mit dem Nvidia-GeForce-256-Chip und 32 MB DDR-RAM bilden. Bei DDR-RAM handelt es sich um Speicher mit doppeltem Datendurchsatz, so dass die Darstellungsgeschwindigkeit und die Übertragungsbandbreite größer werden. Die Karte verfügt außerdem über DVI, den neuen Standard für digitale Displays. Dieser wird von allen großen Monitorherstellern unterstützt und soll eine hohe Darstellungsqualität bieten. Der angestrebte Verkaufspreis der Karte soll im Handel bei knapp unter 800 Mark liegen. *(bs)* ▮

Die Prophet DDR-DVI wird die erste Grafikkarte sein, die unter dem neuen Hercules-Label von Guillemot auf den Markt kommt.

Spezielle Maus für Spieler soll mehr Präzision bieten

Die Firma kärna LLC stellt die schnelle und präzise auflösende Gaming-Mouse razer boomslang 2000 vor.

Omaha. Die junge amerikanische Firma kärna LLC will sich mit einer neuen Maus im Spielemarkt etablieren. Die razer boomslang 2000 soll sich durch eine noch nicht da gewesene Schnelligkeit und Präzision von den Mitbewerbern absetzen. Laut Firmenangaben verfügt die Maus über eine Auflösung von 2000 dpi. Herkömmliche Mäuse haben in der Regel nur eine Auflösung von 400 bis 500 dpi. Ein weiterer Pluspunkt soll die Geschwindigkeit sein, mit der die Daten von der Maus verarbeitet werden. Während herkömmliche Eingabegeräte die Signale mit rund 1,5 MIPS (Millionen Instruktionen pro Sekunde) verarbeiten, schafft die razer boomslang sechs MIPS. Die Übertragung der Signale geschieht über den PS/2-Anschluss in der Regel mit 30 bis 60 Abfragen pro Sekunde. Bei USB-Ports lässt sie sich auf 125 Abfragen steigern. kärna LLC legt dem Gerät eine spezielle Software bei, die die Rate am PS/2-Port auf 200 Abfragen pro Sekunde steigern kann. Die razer-boomslang-Maus ist mit vier Tasten ausgestattet und soll in den USA knapp 100 US-Dollar kosten. Über einen Vertrieb in Deutschland ist noch nicht entschieden. *(bs)* ▮

razer boomslang 2000: Spieler-Maus mit hoher Präzision.

Fotos: B. Schäfer (3), kärna LLC, Guillemot

Im Test

Top Drive Reactor

Produktgruppe: ....**Eingabegeräte**
System: .....**PlayStation**
Hersteller: .....**Logic 3**
Vertrieb: .....**Leisuresoft**
Empf. VK.: ..... **DM 79,95**

Dieser Controller von Logic 3 präsentiert sich als Alternative zum Lenkrad für Rennspielfans. Der Top Drive Reactor vereinigt sechs Steuermodi in einem Gerät. Neben dem digitalen und dem analogen Dual-Shock-Modus beherrscht er noch die digitalen und analogen Namco-NegCon und JogCon-Modi. Das seitliche Steuerrad lässt sich in seiner Empfindlichkeit in fünf Stufen anpassen. Für Gaszug und Bremse sind zwei separate Trigger am Controller vorhanden. Die Bedienung funktioniert recht ordentlich, wenn auch eine gewisse Eingewöhnungszeit erforderlich ist. Auf Dauer werden echte Rennfahrer aber dennoch wegen des höheren Steuerungskomforts eher zu einem richtigen Lenkrad greifen. ▮ Bedingt empfehlenswert. *(bs)* ▮

Cyclone Digital

Produktgruppe: ....**Eingabegeräte**
System: .....**PC**
Hersteller: .....**InterAct**
Vertrieb: .....**InterAct**
Empf. VK.: .....**DM 99,99**

Mit dem Cyclone Digital kommen Linkshänder genauso gut zurecht wie die Mehrheit der rechtshändig spielenden Gamer. Die Tasten sind symmetrisch angeordnet und daher immer gut erreichbar. Die Schubkraft-Kontrolle ist allerdings etwas schwergängig. Eine Besonderheit ist der in der Vertikal-Achse drehbare Griff, der damit eine zusätzliche Steuermöglichkeit bietet. Besonders bei Flugsimulationen kann diese gut zum Einsatz kommen. Die mitgelieferte Profiler-Software erlaubt das individuelle Programmieren der neun vorhandenen Tasten. So kann der Benutzer für maximal 36 Spiele eine andere Tastenbelegung wählen. Auch Tastaturkombinationen lassen sich auf die Knöpfe übertragen. Am Kopf des Joysticks befindet sich ein Acht-Wege-Coolie-Hat. Angeschlossen wird der Cyclone Digital entweder an den Gameport oder besser noch an den USB-Anschluss. ▮ Besonders empfehlenswert. *(bs)* ▮

Raider Pro Digital

Produktgruppe: ....**Eingabegeräte**
System: .....**PC/iMac**
Hersteller: .....**InterAct**
Vertrieb: .....**InterAct**
Empf. VK.: .....**DM 69,99**

Mit dem Raider Pro Digital stellt InterAct einen gerade auch für Einsteiger sinnvollen Joystick an. Die beigefügte Software funktioniert auch auf dem iMac und erweitert so den Einsatzbereich des Controllers. Mit den Saugnäpfen am Fuß steht der Joystick sicher auf allen glatten Oberflächen und rutscht auch beim hektischen Spielen nicht ab. Die sechs Tasten sind frei programmierbar, auch hier kommt die Profiler-Software zum Einsatz. Der Abzug ist etwas gewöhnungsbedürftig und macht sich beim Drücken durch ein lautes Klick-Geräusch bemerkbar. In der Hand liegt das Gerät gut, der Joystick macht aber trotz des angenehmen Gegendrucks einen etwas wackeligen Eindruck. Die Handballenauflage ist nicht optimal gestaltet, da man etwas zu leicht mit der Hand abrutscht. Insgesamt stimmt aber das Preis-Leistungs-Verhältnis. ▮ Empfehlenswert. *(bs)* ▮

Dreimal PLAYMOBIL® auf PC-CD-ROM!

Laura und Alex jetzt auch optimiert für den Pentium® III Prozessor von Intel.

intel inside showcase
Versuchen Sie's mit einem Pentium® III Prozessor

EUROPRIX 99 MultiMediaArt

Nominiert für die europäische Multimedia-Auszeichnung Europrix '99 in der Kategorie 'First Steps in Multimedia'!

TV-Kooperation mit RTL II:
Bewerbung im RTL II-Kinderprogramm!
Print-Kampagne in Jugendmagazinen: Micky Maus, Mausklick, Bravo Screenfun... Über 5 Mio. Kontakte!
Kooperationen mit PLAYMOBIL®, Intel® und Cosko.
Starkes POS Paket: Displays, Standees, Poster, spielbare Demos. Mailings, Promotion, Gewinnspiele, starker Internetauftritt...

©1999 Ubi Soft Entertainment. © 1999 geobra Brandstätter GmbH & Co. KG; Zirndorf, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten.

playmobil® interactive

www.playmobil-interactive.com

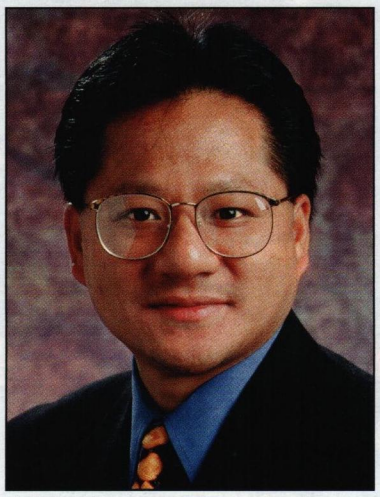
www.ubisoft.de

Ubi Soft ENTERTAINMENT

Nvidia liefert Grafikprozessor für High-End-Workstations

Die Kalifornier wollen mit der Quadro-Workstation-GPU neue Maßstäbe im Bereich Bildbearbeitung und 3D-Geometrie setzen.

Santa Clara. Dank der QuadEngine soll der Quadro-Chip wie geschaffen für digitale Bildbearbeitung und Erstellung von komplexen 3D-Geometrien sein. Nvidias QuadEngine vereint Transform & Lightning Architektur auf einem



Mit dem Quadra-Chip will Jen-Hsun Huang, CEO von Nvidia, auch den Workstation-Markt erobern.

Chip. Der Quadro soll in der Lage sein, über 200 Milliarden Berechnungen pro Sekunde durchzuführen. Damit liefert der Chip bis zu 17 Millionen Dreiecke pro Sekunde bei einer Füllrate von bis zu 540 Millionen Pixeln pro Sekunde.

Darüber hinaus bietet die Graphic Processing Unit (GPU) erweiterte Eigenschaften für professionelle Grafiker wie beispielsweise Anti-Aliasing bei Punkten und Linien, zweiseitige Beleuchtung, Front-Buffer-3D-Clipping und geteilte Back-Buffer-Unterstützung. Quadro-basierte Produkte sind laut Nvidia optimiert für Intel-Pentium-III- und AMD-Athlon-Prozessoren. Darüber hinaus stehen dem User Open-GL-Treiber für Windows 2000, Windows NT und Linux zur Verfügung. Der Nvidia Quadro wird auf einem der neuen Grafikprodukte für professionelle Anwender von ELSA, der ELSA Gloria II, eingesetzt. „Die Quadro Workstation GPU ist das neueste Mitglied unserer Produktfamilie und ein weiterer Meilenstein in der Umsetzung unserer Strategie, eine einzige Architektur anzubieten, die sowohl den Consumer- als auch den Workstation-Markt abdeckt. Mit Quadro präsentieren wir jedem professionellen Anwender von 3D-Grafikapplikationen eine leistungsfähige Plattform und nicht nur jenen, die sich teure Profigeräte leisten können“, sagt dazu Jen-Hsun Huang, Präsident und CEO von Nvidia. *(bs)* ▮

GigaPixel entwickelt GP-1-Grafikchip

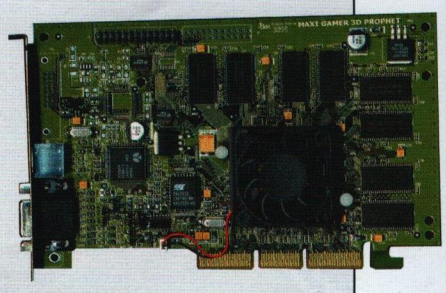
Santa Clara. Die Firma GigaPixel entwickelt einen Grafikchip mit neuartiger Darstellungs-Technologie. Mit der Giga3D genannten Technologie soll der Chip eine innovative Art des Renderns von 3D-Grafik erreichen. Das Ziel war es, die sichtbare Qualität der Darstellung bei durchschnittlichen PCs auf das Niveau von High-End-Workstations zu heben. Je komplexer die Grafiken werden, desto mehr geht auch die Leistung und die Framerate herkömmlicher Prozessoren nach unten. GigaPixel benutzt nun spezielle Algorithmen, die entscheiden, ob ein Pixel überhaupt sichtbar ist, wenn die Szene fertig gerendert ist. Sollte dies nicht der Fall sein, wird auf das Rendern verzichtet, was die benötigte Prozessorleistung verringert. Im Gegenzug kann die Leistung des Prozessors gesteigert werden. *(bs)* ▮

Miet-PC von IBEXnet mit Internetanschluss

Augsburg. Die Firma IBEXnet bietet Kunden für 50 Mark monatlich einen internetfähigen Compaq-Celeron-500-MHz-Rechner mit 64 MB RAM und 16 MB Grafikkarte an. Die Laufzeit des Vertrages beträgt insgesamt vier Jahre. Nach zwei Jahren kann der Rechner jedoch gegen ein aktuelles Compaq-Modell getauscht werden. Klickt der User Werbebanner auf der IBEXnet-Portalseite an, füllt Fragebögen aus oder nutzt Online-Angebote der IBEXnet-Partner, verringern sich die monatlichen Mietkosten. Der Online-Zugang über MCI Worldcom/Uunet schlägt zurzeit mit 5,9 Pfennig pro Minute zu Buche, weitere Kosten sollen nicht entstehen. Wer hingegen bereit ist, im Monat 60 Mark aufzubringen, erhält einen 500-MHz-Pentium-III mit doppelt so viel Arbeits- und Grafikspeicher. *(bs)* ▮

Im Test

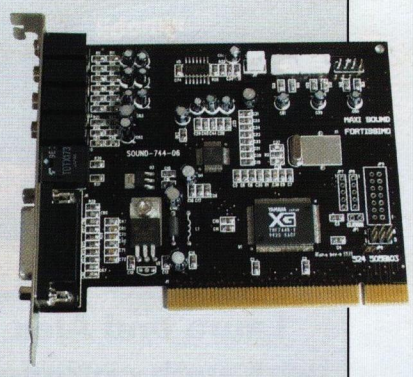
3D Prophet



Produktgruppe: .....**Grafikkarten**
System: .....**PC**
Hersteller: .....**Guillemot**
Vertrieb: .....**Guillemot**
Empf. VK.: ..... **DM 599,-**

Wer bei Grafikkarten ganz oben einsteigen möchte, kommt zur Zeit an Karten mit dem Nvidia-GeForce-256-Chip nicht vorbei. Die Karte von Guillemot ist mit 32 MByte SDRAM, einem TV-Ausgang und einem Software-DVD-Player ausgestattet. Der Grafik-Chip errechnet die Bilder mit einer Taktfrequenz von 120 MHz und die Speicherbausteine verarbeiten die Signale mit 166 MHz. Ihre Stärken kann die 3D Prophet bei Auflösungen ab 1.024x768 und einer Farbtiefe von 32 Bit ausspielen, hier rechnet ihr so schnell keine andere Karte etwas vor. Der besondere Vorteil des Chips, Grafikberechnungen, die bisher die CPU ausführte, zu übernehmen, soll auch älteren Rechnern zu neuer Leistung verhelfen – natürlich nur, wenn die Spiele entsprechend programmiert sind. Im High-End-Bereich ist die 3D Prophet allerdings die erste Wahl. ▮ Besonders empfehlenswert. *(bs)* ▮

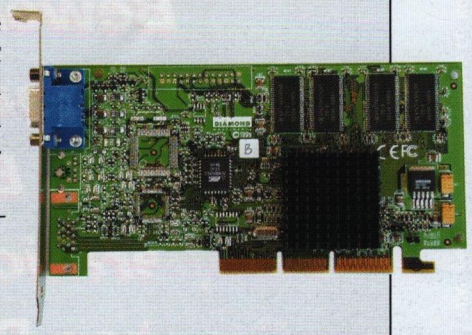
Guillemot Maxi Sound Fortissimo



Produktgruppe: .....**Soundkarten**
System: .....**PC**
Hersteller: .....**Guillemot**
Vertrieb: .....**Guillemot**
Empf. VK.: .....**DM 99,-**

Die digitale PCI-Soundkarte bietet für wenig Geld echten 4-Kanal-3D-Sound, sowohl EAX als auch A3D und DirectSound werden unterstützt. Am vorhandenen Digital-Ausgang können dafür vorgesehene 5.1.-Soundsysteme angeschlossen werden. In Verbindung mit einem DVD-Player kommt so großes Kino-Feeling auf. Durch den Yamaha-Soundchip steht auch vollwertiges MIDI zur Verfügung, inklusive XG-MIDI mit einem speichersparenden 2-MByte-Sample-ROM. Hobbymusiker können so mit ihrem MIDI-Keyboard zu neuen Kompositionen schreiten. Die Leistung der Karte ist gut, Bastler können die Karte für Pfennigbeträge ganz leicht um einen Digitaleingang erweitern. ▮ Besonders empfehlenswert. *(bs)* ▮

Diamond Stealth III S540 Xtreme



Produktgruppe: .....**Grafikkarte**
System: .....**PC**
Hersteller: .....**Diamond**
Vertrieb: .....**Diamond**
Empf. VK.: .....**ca. DM 280,-**

Die auf dem Savage4-Chip basierende Karte war bisher nur in der Normalversion erhältlich. Der Zusatz Xtreme zeigt an, dass der Hersteller die Rechengeschwindigkeit von Chip und Speicher hochgeschraubt hat. Rechnete der Savage4 bisher mit 125 MHz, so taktet die Xtreme mit 160 MHz. Der Speicher wurde von 143 MHz auf 166 MHz beschleunigt. In niedrigen Auflösungen bis 800x600 erreicht die Karte somit eine anständige Framerate. Unter OpenGL lassen die Treiber allerdings zu wünschen übrig und bei höheren Auflösungen bricht die Performance leider ein. Die guten DVD-Qualitäten der Karte empfehlen sie aber für Freunde dieses neuen Mediums. Auch Einsteigerspieler kommen für relativ wenig Geld auf ihre Kosten. ▮ Empfehlenswert. *(bs)* ▮

Fotos: B. Schäfer, A. Lenz, Nvidia

KREATIVKONTOR 8-99 · Photo: Conny Stein

JOYTECH REAL ARCADE LIGHT GUN FÜR PLAYSTATION™

Volltreffer!

Die Real Arcade Light Gun von Joytech ist voll erfolgs-kompatibel:

Sie bietet eine unübertroffene Zielgenauigkeit, automatisches Laden, programmierbares Dauerfeuer und einen einzigartigen Rückschlag für ein realistisches und optimales Spielerlebnis. **Den vielfach ausgezeichneten Testsieger** bekommen Sie in drei Farben: grau, silber und tarnfarben – und darüberhinaus das gute Gefühl, auf eine Qualitätsmarke zu setzen, die zu den führenden Peripherie-Anbietern für Spielekonsolen in Europa zählt!

4 TIMES QUALITY TESTED · 4xQ · 4-FACH QUALITÄTSGEPRÜFT

Sichern Sie sich mit der Real Arcade Light Gun einen echten Volltreffer für Ihr Sortiment.

[gezieltes Marketing: ab Oktober große Anzeigenkampagne in den bedeutenden Magazinen für PSX™ und N64™ - Gesamtkontakte über 30 Mio.!]

Kabel* / **
für Extension,
Link, RGB;
Multi Tab*

Gameboy™-Zubehör
Pocket Pouch
Light Magnifier
Battery Pack

Expansion RAM**
Memory Cards*/**
Jolt Packs**

PlayStation™
Mouse*
2 control buttons

Bio Grip
Advanced
Joystick*

Controller
Plus 64**

Analogue
Controller Plus*
Dual Force

Arcade Light Gun*
Blaster Light Gun*

Official Jordan™
Grand Prix
Racing Wheel*/**

ab Herbst '99:
Die Weltneuheit
AirPad™*

PlayStation
* für PSX

** für N64

Vertrieb Deutschland: Jack of all Games, Tel. 089/278 22-0 · Österreich: Darius Handels GmbH & Co. KG, Tel. 01/285 86 85-0 · Schweiz: ABC Software AG, Tel. 081/750 10 00

Advanced Game Console Peripherals

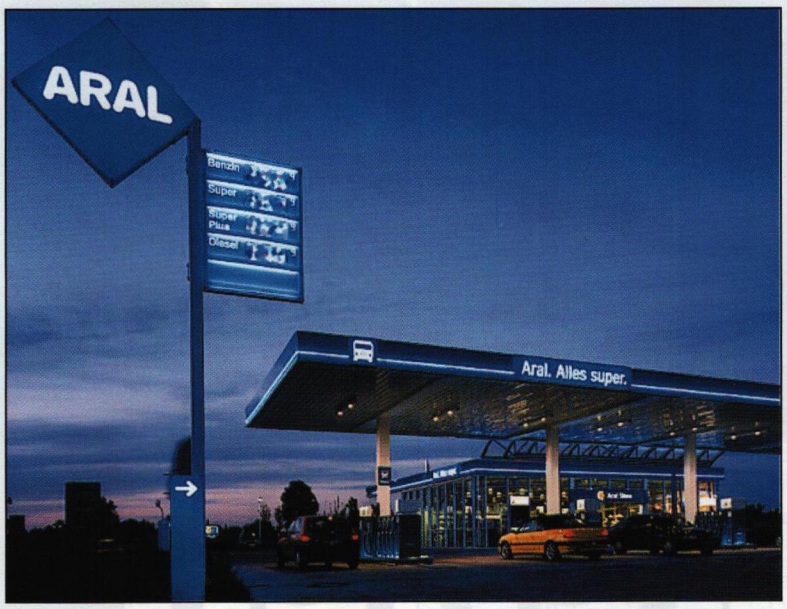
JOYTECH

Bieten auch die Aral Stores zu Weihnachten Computer an?

In diesen Tagen beginnt der Tankstellen-Riese in über 1.000 deutschen Aral Shops mit dem Verkauf von PC-Zubehör. Zunächst bietet man Joysticks, CD-Rohlinge und Flachbett-Scanner an.

Bochum. Auch die Aral AG macht dem Computereinzelhandel zunehmend Konkurrenz. Nachdem der Tankstellen-Riese vor einigen Wochen bereits erste PC-Spiele anbot, will man nun mit dem Verkauf von Computer-Zubehör starten. Das Unternehmen hat angekündigt, dass ab Anfang November in einer ersten Aktion Joysticks (DM 29,95), zehn CD-Rohlinge mit 80 Minuten Laufzeit (24,95 DM) und Flachbettscanner (DM 129,95) in über 1.000 Aral Shops angeboten werden. Bei den Scannern handelt es sich um Modelle in der „Aral-Farbe" „Blau transparent", die laut Unternehmensangaben nur bei Aral erhältlich sein werden. Lieferant ist die Firma Medion, die bereits durch das Angebot von Billig-Computern über den Lebensmitteldiscounter Aldi auf sich aufmerksam machte. Sie gewährt auf die genannten Artikel eine Garantiezeit von zwölf Monaten und einen Hotline-Service, der 365 Tage und jeweils 24 Stunden in Betrieb ist. „Unsere Tankstellen gelten zunehmend als Dienstleistungszentren rund um Mobilität und Freizeit: Computer spielen dabei eine wichtige Rolle", erklärt Frank Wolf, Geschäftsführer der Aral Shop GmbH. Erste Feldversuche an ausgewählten Standorten hätten bestätigt, dass sich an der Tankstelle neben Software auch Hardware verkaufen lässt, sofern das Preis-Leistungs-Verhältnis stimme. „Gemeinsam mit Medion können wir qualitativ hochwertige Produkte schnell, unkompliziert und preiswert anbieten", so Wolf. Das nächste Aktionsgeschäft in den Aral Stores wird für Dezember angekündigt. Es darf spekuliert werden, ob es sich dabei rechtzeitig zu Weihnachten um Personal Computer handeln wird. *(jf)* ▮

Die Aral Stores sollen in den Tankstellen als Dienstleistungszentren rund um Mobilität und Freizeit aufgebaut werden. Laut Aral gehören hierzu auch Computer.



Einkauf von Computersoft- und -hardware rund um die Uhr. Ab November wird dies in den zirka 1.000 Aral Stores des Tankstellen-Riesen möglich sein. Kommt nun zu Weihnachten der Aral-PC?

Electronic Partner übernimmt Kaufring-Mitarbeiter

25 Mitarbeiter des angeschlagenen Einkaufs- und Marketingverbundes erhalten bei der Elektronik-Verbundgruppe Arbeit.

Düsseldorf. Die Handels-Verbundgruppe Electronic Partner in Düsseldorf wird 25 Mitarbeiter der Kaufring AG übernehmen. Hierzu gehören alle kaufmännischen Auszubildenden des ersten Lehrjahres sowie zehn weitere Mitarbeiter des angeschlagenen Düsseldorfer Einkaufs- und Marketingverbundes. Die 15 betroffenen Azubis werden ihre Ausbildung in der Zentrale von Electronic Partner in Düsseldorf-Lichtenbroich fortsetzen. Die zehn weiteren Personen sollen bei Electronic Partner in verschiedenen Bereichen der EP-Zentrale unterkommen. „Wir sind froh, diesen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Kaufring AG neue, sichere Arbeitsplätze in der EP-Gruppe bieten zu können", sagt Hartmut Haubrich, Sprecher der Geschäftsführung von Electronic Partner. Wie bereits in MCV KW 42 berichtet, wird sich die Kaufring AG im Rahmen eines Restrukturierungs-Programmes von der Düsseldorfer Zentrale sowie von der gesamten Einzelhandelssparte trennen. 28 Kaufring-Filialen werden abgestoßen. 50 Prozent der Kaufring-Arbeitsplätze sollen laut Unternehmensangaben in den kommenden Monaten abgebaut werden. *(jf)* ▮

Bundestags-Mehrheit hält an Ladenschluss fest

Berlin. Die überwiegende Mehrheit der Bundestagsabgeordneten ist für eine Beibehaltung der gesetzlich geregelten Ladenöffnungszeiten. Nicht nur die Regierungskoalition von SPD und Grünen, sondern auch die Oppositionsparteien von CDU/CSU und PDS haben sich vergangenen Freitag gegen den Vorstoß der FDP zur vollständigen Abschaffung des geltenden Ladenschlussgesetzes ausgesprochen. Kompromissbereit ist jedoch die Fraktion der Grünen, die eine Lockerung des Gesetzes an Werktagen mit freien Öffnungszeiten für kleine Läden befürwortet. Der Gesetzgeber solle Handel und Verbraucher endlich „in die Volljährigkeit entlassen", heißt es. *(jf)* ▮

Kurz & Wichtig

Budget-Titel von ProMarkt kosten DM 4,99

Berlin. Nachdem MCV in der vergangenen Woche über die neue Budget-Reihe der Firma Wegert (ProMarkt/MakroMarkt) berichtete, teilte das Unternehmen nun auch den Verkaufspreis für die zehn ersten Titel mit. Die Produkte sollen für jeweils DM 4,99 angeboten werden. *(jf)* ▮

Hersteller-Allianz soll e-commerce sicherer machen

Washington. Die Unternehmen Hewlett-Packard, Compaq, IBM, Intel und Microsoft haben die Trusted Computing Platform Alliance (TCPA) gegründet. Die Allianz will einen neuen Industriestandard für Sicherheitstechnologien bei Personal Computern entwickeln, der das Vertrauen und die Sicherheit im E-Commerce erhöhen soll. Ziel ist die Entwicklung einer neuen Hard- und Softwarespezifikation. *(jf)* ▮

Media-Markt-Kampagne mit dem Effie ausgezeichnet

Ingolstadt. Media Markt hat in diesem Jahr vom Gesamtverband der Werbeagenturen (GWA) für seine Marketingkampagne den Effie in Silber erhalten. Mit dem Effie zeichnet der GWA Agenturen aus, deren Werbeauftritt sich seiner Meinung nach durch besondere Werbeeffizienz ausgezeichnet haben. Der Effie wird in den Stufen Gold, Silber und Bronze und in den Kategorien Konsumgüter (Food), Konsumgüter (Non-Food), Gebrauchsgüter, Dienstleistungen (allgemein) und Dienstleistungen (Finanzen) vergeben. Die Media-Markt-Kampagne wurde von der Werbeagentur For Sale gestaltet. *(jf)* ▮

Woolworth sucht bundesweit Kaufhausflächen

Frankfurt/M. Die Deutsche Woolworth GmbH & Co. OHG sucht im Rahmen der Deutschland-Expansion (MCV berichtete) bundesweit Kaufhausflächen von 1.000 qm bis 2.500 qm mit Nebenflächen von 600 qm bis 1.000 qm in Städten mit mindestens 50.000 Einwohnern sowie entsprechend kleinere Flächen für Städte und Gemeinden mit bis zu 25.000 Einwohnern. *(jf)* ▮

Fotos: Aral AG

ERHÄLTLICH AB NOVEMBER 1999!

INDIANA JONES

und der TURM VON BABEL™

indy.lucasarts.com • www.thq.de

Lösungsbuch von **Prima** (Deutschland) erhältlich.

VERTRIEB: ***RUSHWARE*** GmbH THQ COMPANY, Tel. 0 21 31 / 607 - 0, Fax: 0 21 31 / 607 - 111

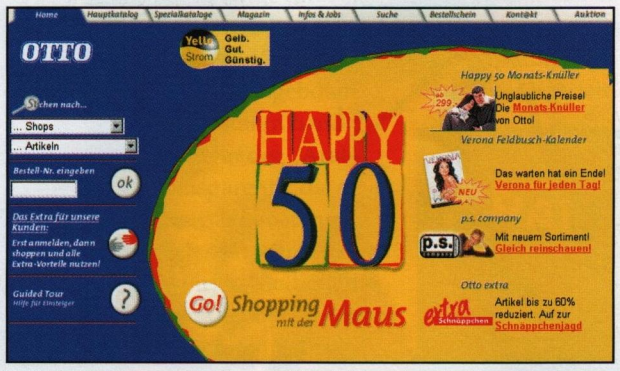
© Lucasfilm Ltd. & TM. All rights reserved. Used under authorization. Herstellung und Vertrieb durch THQ.

LUCAS Arts

Otto-Versand steigert Internet-Umsatz auf 100 Millionen Mark

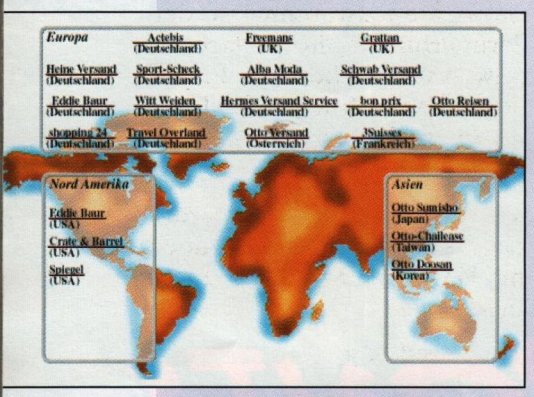
Obwohl die Online-Umsätze des Stammhauses innerhalb eines Jahres verdreifacht wurden, macht dieser Bereich weiterhin nur einen Bruchteil des Konzern-Umsatzes aus.

Hamburg. Der Otto-Versand hat eine Verdreifachung der Online-Umsätze innerhalb der vergangenen zwölf Monate gemeldet. Mehr als 100 Millionen Mark seien in diesem Jahr, dem Jahr des 50-jährigen Firmenjubiläums, über Internet-Bestellungen umgesetzt worden. „Das ist absolut gesehen noch recht wenig, aber die Dynamik zählt", sagt der Vorstandsvorsitzende Michael Otto. Jetzt sei man zunächst einmal Marktführer im Internet-Handel in Deutschland. „Manche Studien sagen voraus, dass künftig 15 bis 20 Prozent des Einzelhandelsvolumens über das Internet abgewickelt werden. Das halte ich für übertrieben", so Otto. Er rechnet aber damit, dass ein Umsatzanteil von fünf bis zehn Prozent auf das Online-Geschäft entfalle. Dies entspreche etwa dem Anteil des Versandhandels am gesamten Einzelhandelsvolumen. „Bei uns wird der Anteil höher sein, vielleicht zehn Prozent, und es wird zusätzlicher Umsatz sein", so Otto. Unternehmens-Ziel der Otto-Gruppe für die nächsten Jahre ist ein Ausbau des stationären Einzelhandels und die Erweiterung der Bereiche Service und Dienstleistungen. Man denkt zudem darüber nach, sich an jungen Internet-Unternehmen zu beteiligen oder selbst derartige Unternehmen zu gründen. Im laufenden Geschäftsjahr (bis 29. Februar 2000) erwartet Otto ein Umsatzwachstum von zehn bis 20 Prozent, bezogen auf den Gesamtkonzern. Die Gewinne sollen in ähnlichen Dimensionen wachsen. Im vergangenen Geschäftsjahr erzielte der Konzern einen Umsatz von 32,9 Milliarden Mark. Der Auslandsanteil des Jahresüberschusses von insgesamt 511 Millionen Mark betrug 49 Prozent. Ausgenommen bei dieser Zahl ist die amerikanische Handelsgruppe Spiegel. *(jf)* ▮



Seit 1995 ist der Otto-Versand im Internet vertreten. Die Otto-Führung rechnet damit, dass zukünftig fünf bis zehn Prozent des Gesamt-Umsatzes über Online-Bestellungen generiert werden. Die Internet-Bestellungen sieht Otto als Zusatzumsatz.

50 Jahre Otto im Überblick



Die Otto-Historie ist von internationalen Übernahmen geprägt. Die Unternehmensgruppe unterhält 51 Handelsfirmen in 20 Ländern.

1949: Gründung des Otto Versand in Hamburg
1950: Der erste Katalog erscheint in 300 handgebundenen Exemplaren mit eingeklebten Fotos. 14 Seiten mit 28 Paar Schuhen werden präsentiert.
1970: Der Umsatz überschreitet erstmals die Milliardengrenze.
1972: Gründung des hauseigenen Zustelldienstes Hermes Versand Service
1974: Beteiligung an den Versandhäusern 3 Suisses International (Frankreich) und Heinrich Heine.
1976: Übernahme der Aktienmehrheit des Schwab Versand
1979: Gründung von Otto Holland
1982: Übernahme der Spiegel-Gruppe (USA)
1983: Beteiligung an La Blanche Porte über 3 Suisses
1986: Umweltschutz wird Unternehmensziel des Otto Versand. Beteiligung an Alba Moda, Together (Großbritannien) und Gründung von Otto-Sumisho (Japan) als Joint-Venture.
1987: Mit einem Umsatz von 12,2 Mrd. DM ist Otto die größte Versandhandelsgruppe der Welt, Auflage aller Kataloge: 200 Millionen. Erwerb von Witt Weiden.
1988: Beteiligung an Sport-Scheck und Moden Müller (Österreich). Die Firma Eddie Bauer wird in die Firma Spiegel eingegliedert.
1989: Beteiligung an Rainbow Home Shopping (Großbritannien) und Euronova Helvetica (Italien)
1990: Markteinstieg in Polen
1991. Erwerb der Mehrheit an der britischen Handelsfirma Grattan
1992: Übernahme von Margaréta (Ungarn)
1993: Erwerb von Postalmarket (Italien). Spiegel übernimmt New Hampton, heute Newport News, New York.
1994: Gründung des deutsch-indischen Joint-Ventures Otto-Burlingtons.
1995: Der Otto Versand geht mit einer Internetseite an den Start.
1996: Gründung des Joint-Ventures Jelmoli-Versand in der Schweiz durch Heine und Jelmoli. Gründung des ersten internationalen Versandhandelsunternehmens in China: die Shanghai-Otto-Cheer-Mailorder.
1997: Gründung der Otto Doosan Mail Order Ltd. durch ein Joint-Venture des Otto Versand und der Doosan Corp., Süd-Korea. Gründung der Otto-Chailease Mail Order Ltd., Taiwan. Beteiligung am Versandhaus Baur.
1998: Mehrheitsbeteiligung an dem amerikanischen Einzelhandelsunternehmen Crate & Barrel. Gründung des Joint-Ventures Zara Deutschland in Hamburg durch den Otto Versand und einen spanischen Stationäranbieter hochmodischer Textilien. Die Actebis-Gruppe übernimmt 100% der Anteile des Computerdistributors Peacock.
1999: Kauf des drittgrößten britischen Versenders Freemans Crate & Barrel. Beteiligung an Arcadia Holding S.A. , Santiago, Chile.

Kurz & Wichtig

ProMarkt bietet Hotline für Spielekunden an

Berlin. ProMarkt wird ab Ende November eine Telefon-Hotline für Spielekunden in Betrieb nehmen. Über eine kostenpflichtige 0190-Nummer können sich ProMarkt-Kunden zwischen 8 Uhr und 22 Uhr Tipps und Hilfestellung zu Computer- und Videospielen geben lassen. ProMarkt bietet den Service über eine externe Agentur an. Laut ProMarkt-Einkäufer und Marketing-Chef Frederic Bichat gehörten immer mehr Spielefreaks zu den ProMarkt-Kunden, was Bichat nicht zuletzt auf die ProMarkt-Anzeigen in entsprechenden Fachmagazinen zurückführt. *(jf)* ▮

Ruefach feiert 25-jähriges Firmenjubiläum

Ulm. Die Ruefach GmbH & Co. KG in Ulm feierte am 30. Oktober 1999 ihr 25-jähriges Bestehen. Heute gehören über 2.350 Gesellschaften und 2.700 Geschäfte zu einer der führenden Fachhandelskooperationen für den Bereich Unterhaltungselektronik-, Haushalts- und Kommunikationselektronik in Deutschland. *(jf)* ▮

Umsatzeinbruch im Computer-Einzelhandel gemeldet

Wiesbaden. Im August sind die Einzelhandelsumsätze im Vergleich zum Vorjahr nominal und real um 3,6 Prozent gefallen. Dies hat das Statistische Bundesamt in Wiesbaden nun gemeldet. Besonders starke Einbußen mussten demnach Einzelhändler im Bereich Haushalts-, Rundfunk- und Fernsehgeräte sowie Musikinstrumente hinnehmen. Dort sei der Umsatz um 26 Prozent zurückgegangen. Auch der Einzelhandels-Umsatz mit Computern sei um einen zweistelligen Prozentwert gefallen. *(jf)* ▮

HDE sieht sich durch Internet-Handel nicht bedroht

Köln. Der Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) sieht im E-Commerce keine Bedrohung für den stationären Handel. Zwar stecke im Online-Verkauf „ein riesiges Zukunftspotenzial", doch der Kunde werde auch künftig in den traditionellen Geschäften einkaufen, so ein HDE-Sprecher. *(jf)* ▮

Zusatzumsatz mit den Produkten des Marktführers!

Nehmen Sie jetzt die Magazine der COMPUTEC MEDIA AG – Marktführer im Bereich PC- und Videospiele-Zeitschriften – in Ihr Sortiment auf. Generieren Sie „einfache" Zusatzumsätze auf geringer Verkaufsfläche!

Interesse? Dann kontaktieren Sie bitte unseren Vertriebsleiter Klaus-Peter Ritter:

Telefon : 0911/28 72-209
Telefax : 0911/28 72-430
E-Mail : ksritter@computec.de

COMPUTEC MEDIA

Lara loves Nürnberg.

Lara Croft, EIDOS-Amazone

Multimedia ist angesagt. Treffen Sie Lara Croft und alle ihre Freunde auf der größten Spielwarenmesse der Welt. Entdecken Sie darüberhinaus die Elektronik auch in anderen Spielwarenbereichen, z. B. im Modellbau, bei den Modelleisenbahnen, im klassischen Spielzeug. Machen Sie die Elektronik zur Basis Ihres Geschäfts.

Nürnberg. Die ganze Welt der Spielwaren. Keiner bietet mehr: ca. 2.800 Aussteller aus über 50 Ländern, 145.000 m² Fläche, über 50.000 Fachbesucher aus 120 Ländern.

Kommen Sie zur Nummer 1 weltweit

Spielwarenmesse
International Toy Fair
Nürnberg
3.2. bis 8.2.2000

Multimediatreffpunkt Spielwarenmesse

Und wenn Sie mehr wissen wollen:

Spielwarenmesse eG, Münchener Straße 330, D-90471 Nürnberg
Tel.: +49 (0) 9 11/9 98 13-0, Fax: +49 (0) 9 11/8 14 99 05
e-mail: info@spielwarenmesse.de, www.spielwarenmesse.de

Nur für Fachbesucher

Sony USA erreicht neue Rekordzahlen mit PlayStation

Knapp zwei Monate nach der Preisreduzierung der PlayStation auf 99 US-$ kann Sony eine Million verkaufte Einheiten melden.

Foster City. Sony Computer Entertainment America hat eigenen Angaben zufolge in den USA seit der Preisreduzierung der PlayStation auf 99 US-$ im August bereits jetzt schon eine Million Einheiten verkauft. Damit erhöht sich die installierte Hardwarebasis für die PlayStation in den USA auf rund 21 Millionen Stück. Um die Nachfrage noch zu stärken und die Marke PlayStation im nordamerikanischen Raum allgegenwärtig zu machen, plant das Unternehmen nach eigenen Angaben, eine für diese Plattform noch nie dagewesene und die bisher teuerste Marketing-Kampagne im Wert von 150 Millionen US-Dollar. „In nur vier Jahren haben wir phänomenale Ergebnisse dadurch erzielt, dass wir das PlayStation-System einem breiteren Publikum nahegebracht haben, als es jemals ein System vorher geschafft hat und unsere Verkaufszahlen zeigen deutlich, dass die Nachfrage nach der PlayStation weiterhin steigen wird", so Kazuo Hirai, President und Chief Operating Officer von Sony Computer Entertainment America. „Unser Ziel ist es, unser gesamtes PlayStation-Produktsortiment – Hardware, Software und Zubehör – so zu gestalten, dass es zum einen den Kunden immer zum Kauf anregt und zum anderen Menschen jeder Altersgruppe den Zugang in den Videospiele-Unterhaltungsbereich ermöglicht." *(us)* ▮

Kazuo Hirai, President und COO von Sony USA: PSX-Produkte sollen Zugang in den Videospiele-Entertainmentbereich für jedermann schaffen.

Sony Schweiz und SAFE heben Raubkopierer-Ring aus

In Zusammenarbeit mit den Schweizer Zollbehörden konnten 42.000 gefälschte PlayStation-CDs sichergestellt werden.

Winterthur/Bern. Sony Computer Entertainment Switzerland (SCE) und die Schweizerische Vereinigung zur Bekämpfung der Piraterie (SAFE) haben in der Schweiz einen offensichtlich international agierenden Software-Raubkopierer-Ring ausgehoben. Dabei wurden in einer von Schweizer Zollbeamten unter Herbeiziehung von Sachverständigen der SAFE, die für SCE Schweiz die Verfolgung von Urheberrechtsverletzungen von PSX-Produkten wahrnimmt, untersuchten Frachtsendung 42.000 raubkopierte CDs für die PlayStation entdeckt. Die gefälschte Software hätte über ein Schweizer Speditionsunternehmen nach Ialien transportiert werden sollen. Nach weiteren Untersuchungen hat sich nun ergeben, dass seit August vergangenen Jahres elf asiatische Firmen insgesamt 43 Sendungen mit raubkopierter Ware über die Schweiz nach Süditalien ausgeliefert haben. Nach Umrechnung des Gesamtgewichtes dieser Pakete in Wareneinheiten entspricht dies rund 2,2 Mio. CDs, was einem Originalwert von rund 220 Mio. FF (etwa 267 Mio. DM) gleichkommt. *(us)* ▮

Allein von GTIs PSX-Titel Driver wurden rund 2.000 gefälschte CDs in den beschlagnahmten Kisten gefunden.

Fotos: C. Holowaty, SAFE

Bertelsmann koopiert mit japanischem Verlag

Tokio/Gütersloh. Die Bertelsmann AG wird jetzt auch im japanischen Markt präsent sein. Wie jetzt bekannt gegeben wurde, hat die Gütersloher Unternehmensgruppe mit dem japanischen Verlag Kadokawa Shoten Publishing eine Kooperation abgeschlossen. Neben einer Kapitalbeteiligung von drei Prozent, die Kadokawa im Rahmen einer Kapitalerhöhung bis März in Form von Aktien zur Verfügung stellt, wurde dabei auch die Zusammenarbeit in den Bereichen Verlagswesen, Elektronische Medien, Filme, Musik sowie auf anderen Gebieten vereinbart. Ziel dieses Abkommens sei vornehmlich, gemeinsame Verlagsgeschäfte zu betreiben sowie die Internet-Digitalisierung und die gemeinsame Nutzung von Medieninhalten voranzutreiben. Später soll eine weiterreichende Kooperation im Bereich der Bertelsmann-Geschäftsentwicklung in Japan und Asien eingegangen werden. Das in 1998 als erstes japanisches Verlagshaus an die Börse gegangene Unternehmen Kadokawa engagiert sich neben den üblichen Verlagstätigkeiten auch in den Bereichen TV, CD-ROM sowie im Spielesegment. Im abgelaufenen Geschäftsjahr erzielte das Unternehmen umgerechnet rund 1,1 Mrd. DM. *(us)* ▮

Enix gründet erneut Vertriebsbüro in den USA

Tokio. Wie jetzt bekannt gegeben wurde, plant der Software-Entwickler und Publisher, Enix Corporation, die Gründung einer neuen Vertriebstochter im nordamerikanischen Raum. Mit einer Kapitalausstattung von 500.000 US-Dollar soll Enix America schon im Dezember eröffnet werden und bereits Anfang des neuen Jahres mit den Vertriebsaktivitäten beginnen. Anfang April 2000 sollen dann sieben weitere Titel für Sonys PlayStation und Nintendos Game Boy Color über das in Seattle ansässige Unternehmen veröffentlicht werden. Enix hatte bereits 1989 eine Niederlassung in Nordamerika eröffnet, musste diese aber aus konjunkturellen Gründen 1995 wieder schließen. Dies sei damit der zweite Versuch, sich in dem – laut eigenen Angaben – nach Japan zweitwichtigsten Markt zu etablieren. *(us)* ▮

Kurz & Wichtig

CompUSA gründet neue Internet Firma cozone.com

Marlborough. CompUSA Inc. hat eine neue Internet-Firma, cozone.com Inc., gegründet. Das vorrangige Ziel dieses neuen Online-Unternehmens sei es, neben dem Verkauf von PCs, Software und anderer elektronischer Konsumgüter einen optimalen Kundenservice zu bieten. Nach umfassenden Untersuchungen und mit den Erfahrungen der Muttergesellschaft CompUSA habe man sich dazu entschlossen, ein Unternehmen aufzubauen, das es möglich mache, sämtliche Wünsche, Fragen und Bedürfnisse des Kunden so optimal wie möglich befriedigen zu können, so Stephen Polly, Chairman und CEO von cozone.com. *(us)* ▮

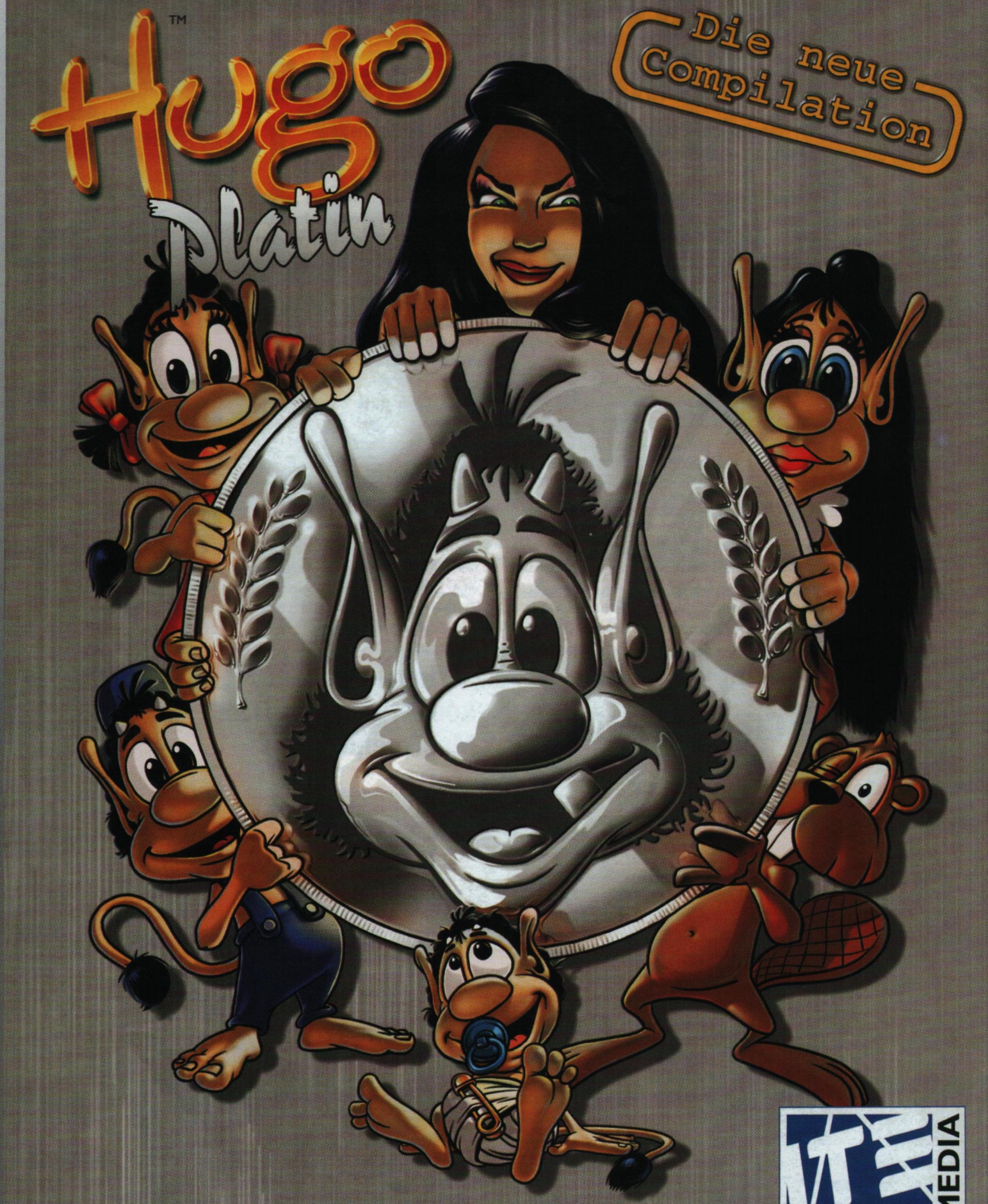
Immer mehr US-Bürger kaufen online ein

Reston. Laut einer Studie des US-Marktforschungsunternehmens PC Data Online soll der Absatz über das Internet in der diesjährigen Weihnachtssaison wesentlich stärker werden als noch im Vorjahr. Rund 48 Prozent der insgesamt 2.100 Teilnehmer sagten dabei aus, dass sie sicher mehr Geschenke online bestellen werden, als dies noch 1998 der Fall war. Nur 14 Prozent würden weniger ausgeben. In dem Zeitraum der Befragung haben dabei 25 Prozent Computer-Software, 23 Prozent Artikel aus dem Musik-Bereich und rund 18 Prozent Bücher bestellt. *(us)* ▮

Segaworld in London wird von Funland übernommen

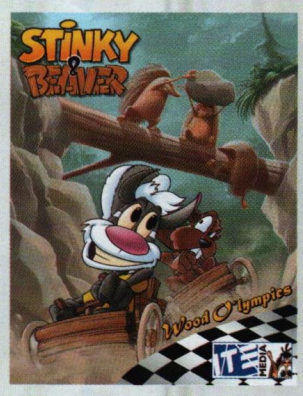
London. Segas Spielhalle im Londoner Trocadero wird vermutlich nicht länger unter dem Namen Segaworld geöffnet sein. Der gesamte Komplex wurde von dem Spielhallenbetreiber Funland übernommen. Funland war vor der Etablierung von Segaworld das erste Unternehmen, das im Trocadero ein solches Geschäft eröffnet hatte. Nach Angaben von Funland sei die mangelnde Profitabilität von Segaworld darauf zurückzuführen, dass die Arcadehalle mehr zu einer Touristenattraktion geworden war als zu einem Ort, an dem Spieler ihre Zeit verbringen. *(us)* ▮

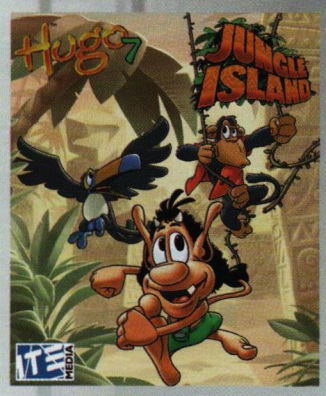
DIE NEUEN HUGO-ABENTEUER SIND DA!



ÜBER 2 MIO. VERKAUFTE SPIELE MIT DEM LEGENDÄREN TV-TROLL!

ITE MEDIA





NBG MULTIMEDIA

Im Exklusivvertrieb von: NBG EDV Handels & Verlags GmbH & Co. KG · Brunnfeld 2 – 4 · 93133 Burglengenfeld · Telefon 09471/7017-0 · Telefax 09471/7017-899 · Internet: http://www.nbg-online.de

THQ jetzt auch mit Niederlassung in Frankreich präsent

Nach der Expansion in den französischen Markt will man demnächst auch die Wachstums-Möglichkeiten außerhalb Europas analysieren.

Calabasas/Paris. THQ Inc. demonstriert mit der Eröffnung eines neuen Büros in Paris die konsequente Umsetzung seiner internationalen Expansionsstragie. Wie das Unternehmen jetzt bekannt gegeben hat, sollen noch bis 31. Dezember sämtliche THQ-Produkte über die bisherigen Vertriebshändler im französischen Markt distribuiert werden und bereits im neuen Jahr solle dies dann über THQ Frankreich erfolgen. Die Leitung dieses neuen Sitzes hat der ehemalige Konami-Mitarbeiter Rory Donnelly übernommen. Donnelly arbeitete bereits seit 1989 in verschiedenen internationalen Positionen für Konami Co. Ltd., Japan und war zuletzt als Geschäftsführer von Konami Frankreich angestellt. „Entsprechend unserer erklärten internationalen Wachstumsstrategie wird THQ

Tim Walsh, Vice President International von THQ: Mit neuer Niederlassung ist der direkte Kontakt zu Handel, Presse und Consumer geschaffen.

durch das neue Büro in Frankreich direkte Beziehungen zu den wichtigsten Einzelhändlern, zur Presse und zu den Verbrauchern auf den drei wichtigen europäischen Märkten pflegen, die den Großteil unserer Geschäftstätigkeit ausmachen", erklärt Tim Walsh, Vice President International von THQ. „Demnächst werden wir die Möglichkeiten außerhalb Europas analysieren, um unser enormes Wachstum fortzusetzen." Auf eine positive Entwicklung des nun bereits dritten internationalen Büros von THQ setzt auch Jürgen Goeldner, Geschäftsführer THQ Deutschland. „Als deutsche Schwestergesellschaft von THQ Frankreich freuen wir uns schon darauf, Herrn Donnelly zu unterstützen. Unsere umfangreichen Erfahrungen und Leistungen in den Bereichen Lokalisierung, Produktion und Logistik werden dazu beitragen, dass sich die neue Niederlassung zu einem weiteren erfolgreichen Unternehmen innerhalb der THQ-Gruppe entwickelt", kommentiert Goeldner. *(us)* ▮

Sony USA und Pizza Hut vereinbaren Co-Promotion

Die im vergangenen Jahr bereits sehr erfolgreich durchgeführte gemeinsame Aktion soll nun wiederholt werden.

Foster City. Sony Computer Entertainment America und die Pizzakette „Pizza Hut Inc." haben eine nationale Co-Promotion-Vereinbarung getroffen. Vom 14.11. bis 19.12.99 wird jeder, der in den rund 7.000 Pizza-Hut-Restaurants eine bestimmte Pizza bestellt, eine von zwei PlayStation-Demo-Discs erhalten, um damit an einem Wettbewerb teilnehmen zu können. Die Preise sind unter anderem ein Jackpot von 500.000 US-$, PlayStation-Konsolen inklusive des Funracers *Crash Team Racing* sowie eine große Auswahl der populärsten PlayStation-Videospiele. Rund fünf Millionen Demos hat Sony CEA für die bereits im vergangenen Jahr schon einmal durchgeführte Aktion produzieren lassen, was nach eigenen Angaben die bisher größte Stückzahl für eine Promotion sei. Begleitet wird diese Offensive von einer Multi-Millionen-Dollar-Werbekampagne in den Bereichen TV, Print, im Handel sowie mit umfassenden Mailingaktionen im Endkundenbereich, die bereits in diesem Monat von Pizza Hut gestartet wurde. *(us)* ▮

Sony CEA und Pizza Hut wollen von den synergetischen Effekten einer gemeinsamen Werbeoffensive profitieren.

Codemasters kooperiert mit Musiksender MTV

Southam. Codemasters hat in den USA einen Kooperationsvertrag mit dem beliebten Musiksender MTV abgeschlossen. So wird das in Europa unter dem Titel *Music 2000* bekannte Musiksampling-Programm für die PlayStation in Amerika unter dem Namen *MTV Music Generator* veröffentlicht werden. Unterstützt wird der für Dezember geplante USA-Release mit einer breit angelegten Marketing-Kampagne im Print- und Handelsbereich und selbstverständlich durch Berichterstattungen und Werbespots auf MTV. *MTV Music Generator* bietet über 4.000 verschiedene Melodien aus allen Musikbereichen, wie Rock, Techno, Metal, Dance- oder Funk-Musik, die man selbst oder in einer Gruppe von bis zu vier Mann beliebig zusammenstellen und verändern kann, um damit seinen eigenen Song zu kreieren. Des weiteren können unter anderem Sequenzen beliebiger Musik-CDs in das Programm, das zu einem empfohlenen Preis von 39,99 US-Dollar im Handel erhältlich sein soll, integriert werden. Ein spezielles Grafikprogramm soll sogar die Erstellung von 3D-Musikvideos möglich machen. *(us)* ▮

MCV USA
Christian Svensson, Chefred.

MCV UK
Stuart Dinsey, Chefred.

Korrespondenten MCV World Network: Sam Stuart (Australien), Harry Van Horen (Central Benelux), Ramain Poirot-Lellig (Frankreich), Riccardo Albini (Italien), Saori Morishige, Warren Harrod (Japan).

Haben Sie Nachrichten, die in MCV im Rahmen des MCV World Networks veröffentlicht werden sollten? Schreiben Sie an Jürgen Fröhlich, jfroehlich@computec.de, Fax: 0911-2872-200.

Fotos: THQ

Kurz & Wichtig

EB nimmt bereits jetzt schon Vorbestellungen für PSX2 an

Philadelphia. Gerüchten zufolge soll die US-Handelskette Electronics Boutique bereits jetzt Vorbestellungen für Sonys neue Konsole PlayStation 2 entgegennehmen. Wie einem Bericht eines amerikanischen Fachmagazines zu entnehmen war, solle die Einführung dieses Vorbestellungssystems am tatsächlichen Releasetag einen Rekordumsatz ermöglichen, ähnlich wie bei Segas Dreamcast-Einführung. Als empfohlener VK soll ein Preis zwischen 250 US-$ und 300 US-$ genannt werden. Reservierungen sollen in allen US-Niederlassungen von Electronics Boutique möglich sein. *(us)* ▮

Wal-Mart-Aktien als Weihnachtsgeschenk

New York. Nach Angaben von Wall Street-Analysten wird erwartet, dass die Amerikaner in dieser Weihnachtssaison rund fünf Prozent mehr im Einzelhandel ausgeben werden als im Vorjahr. Wer also ein nicht ganz alltägliches Geschenk unter den Weihnachtsbaum legen will, dem raten die Experten, auf US-Aktien der großen Einzelhandelsketten wie Wal Mart oder K-Mart zu setzen. Solche Selbstbedienungsläden werden laut Expertenmeinung die Gewinner der diesjährigen Weihnachtszeit sein. *(us)* ▮

Pokémon Yellow bricht Unternehmensrekord

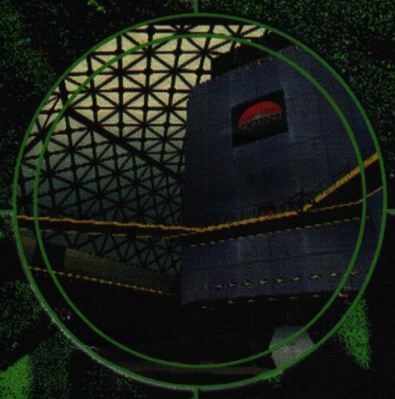
Redmond. Das neueste Produkt aus der Nintendo-Pokémon-Familie, *Pokémon Yellow Version: Special Pikachu Edition*, bricht nach Unternehmensangaben sogar den Verkaufsrekord des bisherigen Thronhalters *The Legend of Zelda: Ocarina of Time*. Innerhalb von nur zwei Wochen nach Release in den USA am 18. Oktober wurden eigenen Angaben zufolge bereits eine Million Einheiten des Game-Boy-Titels verkauft. Zusätzlich zu diesem Software-Erfolg kann das Unternehmen für das am 26. Oktober erschienene Hardware-Bundle *Pokémon Game Boy Color* bereits jetzt eine durchverkaufte Menge von 80.0000 Stück melden." *(us)* ▮

Tom Clancy's RAINBOW SIX

Tom Clancy's **RAINBOW SIX** ist die perfekte Mischung aus Action und Strategie. Planen Sie Einsätze einer multinationalen Antiterror-Einheit (Codename: Rainbow) und kämpfen Sie gegen Terroristen auf der ganzen Welt.

JETZT ENDLICH FÜR KONSOLEN!

PLAYSTATION
AB MITTE NOVEMBER



N-ZONE HIT

GAMES AND MORE HIT

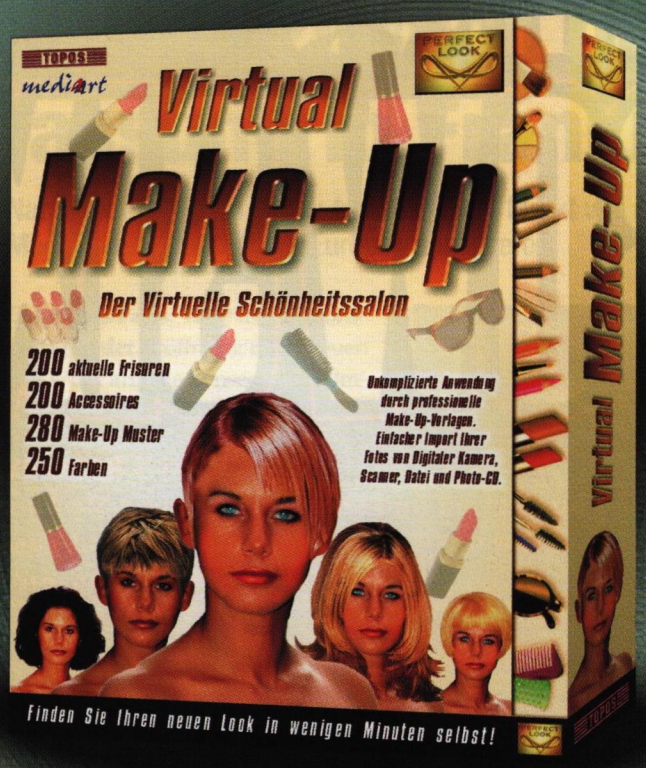
NINTENDO 64
AB MITTE DEZEMBER

GAMEBOY COLOR
AB MITTE JANUAR 2000

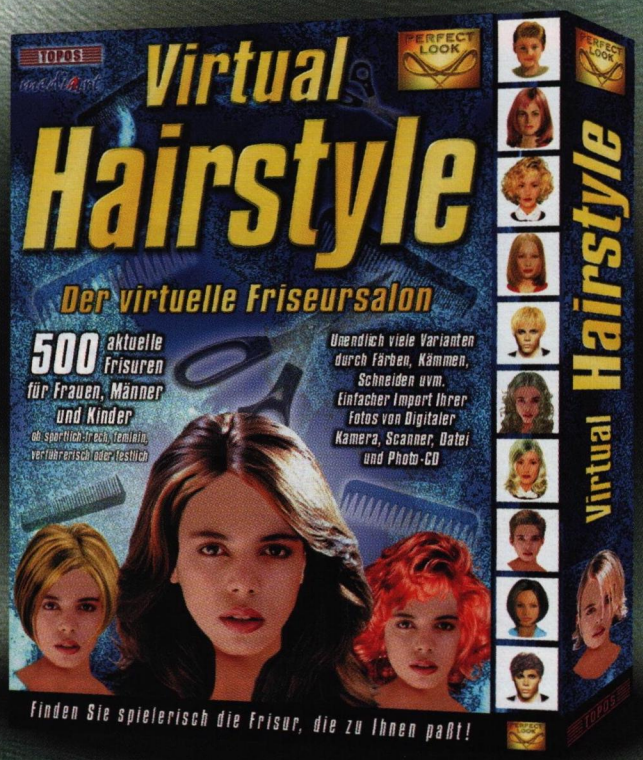
TAKE2interactive

Red Storm ENTERTAINMENT

Wer schön sein will,



muss zahlen...



aber nur 29.95* je CD-ROM

* unverbindliche Preisempfehlung in DM

TOPOS

TOPOS Verlag & Marketing GmbH
Daimlerstraße 11 - 41564 Kaarst
Fon 02131 / 79549-0 - Fax 02131 / 79549-29
www.topos-verlag.de

Distributionspartner:
AK-TRONIC, ALPHA TONTRÄGER, JTV JORA/MSN, NOVITAS, OCEAN MUSIK, S.A.D.

PREVIEWS Computer-/Videospiele

MDK 2

Allgemeine Information

Dreamcast

Genre: Action
Hersteller: Bioware/Interplay
Vertrieb: Avalon
Vorverkauf ab: Januar
Veröffentlichung ab: 1. Quartal

Produktinformation

Der zweite Teil des skurrilen Shoot 'em Ups wird nicht von *MDK*-Schöpfer Shiny Entertainment, sondern von Bioware entwickelt. So bleibt zwar das abgefahrene Grundkonzept erhalten, neue Charaktere und Waffen sowie riesige, grafisch beeindruckende Levels stammen jedoch aus einer anderen Feder. Der Titel wird exklusiv für Dreamcast erscheinen.

Produktpotenzial:

Grafisch beeindruckender, sehr skurriler Actionspaß, der recht interessant werden kann.

Dragon Quest Monsters

Allgemeine Information

Game Boy Color

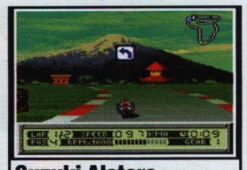
Genre: Rollenspiel
Hersteller: Eidos Interactive
Vertrieb: Eidos Interactive
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: Dezember

Produktinformation

Eidos bringt mit diesem Titel ein Pokémon-ähnliches Spielprinzip auf den Markt. Der kleine Terry muss Meister aller Monster werden und das sagenumwobene Sternenturnier gewinnen. Dazu durchstreift er zufallsgenerierte Welten und kämpft oder interagiert mit Monstern und Bewohnern. Zur seiner Unterstützung kann der Spieler bis zu 46.000 verschiedene Monster züchten.

Produktpotenzial:

Vielversprechendes Game-Boy-Rollenspiel, das den durch die Pokémon-Welle geschürten Sammeltrieb der Spieler ansprechen dürfte und sich sicher zu führen lohnt.



Suzuki Alstare Extreme Racing

Allgemeine Information

Game Boy Color

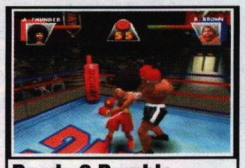
Genre: Rennspiel
Hersteller: Ubi Soft
Vertrieb: Guillemot
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: November

Produktinformation

Ubi Softs Motorrad-Rennsimulation bietet die üblichen Standard-Modi wie Zeitfahren oder den Meisterschafts-Modus. Via Link-Kabel kann man sogar zu zweit sein Können unter Beweis stellen. Ein abwechslungsreiches, optisch gut dargestelltes Streckendesign sowie eine passende Sounduntermalung und eine gelungene Steuerung werden überzeugen.

Produktpotenzial:

Technisch, grafisch und spielerisch ein gelungener Game-Boy-Color-Titel. Sollte man auf jeden Fall vormerken.



Ready 2 Rumble Boxing

Allgemeine Information

Nintendo 64

Genre: Sportspiel
Hersteller: Konami
Vertrieb: Konami
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: November

Produktinformation

Auch bei der N64-Version von Konamis witziger Boxsimulation gilt es, mit diversen Schlagkombinationen, Specialmoves oder einfach frechen Bemerkungen die im Comic-Stil dargestellten Gegner niederzumachen. Vor Einstieg in die Einzelkämpfe oder den Karrieremodus sollte man im Training die verschiedenen Grundschläge in Form von Minispielen erlernen.

Produktpotenzial:

Konamis abgefahrene Boxsimulation, für die Ringsprecher Michael Buffer Pate stand, überzeugt durch flüssige Animationen, das skurrile Aussehen der Boxer und die witzigen Sprüche, die vor allem im Zweispielermodus für Spaß sorgen.

Hit Tipp

Motocross Madness 2

Allgemeine Information

PC-CD-ROM

Genre: Rennspiel
Hersteller: Rainbow Studios
Vertrieb: Microsoft
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: Dezember

Produktinformation

Im zweiten Teil der Motocross-Simulation kann man mit noch mehr Motorrädern, die je nach Wunsch bestückbar sind, durch noch größere und spektakulärere Landschaften, wie etwa einen verlassenen Flughafen, heizen. Eine Vielzahl an Stuntoptionen sowie ein gelungener, überarbeiteter Strecken-Editor begeistern sowohl im Einzelrennen als auch im Karieremodus.

Produktpotenzial:

Eine überarbeitete Grafik, neue Örtlichkeiten, eine größere Auswahl an Motorrädern und noch dazu der verbesserte Strecken-Editor dürften die Enduro-Freaks erneut begeistern.

Sudden Strike

Allgemeine Information

PC-CD-ROM

Genre: Echtzeitstrategie
Hersteller: CDV
Vertrieb: CDV
Vorverkauf ab: November
Veröffentlichung ab: Januar 2000

Produktinformation

Sudden Strike spielt im Zweiten Weltkrieg, der Spieler kann zwischen fünf beteiligten Nationen auswählen und diverse Missionen durchspielen. Bis zu 1.000 realistisch nachempfundene Einheiten aller Waffengattungen sollen ein Szenario füllen. Objekte wie Häuser, Brücken, Befestigungen und Landschaften sind im Spiel zerstörbar.

Produktpotenzial:

Dem ersten Eindruck nach könnte sich *Sudden Strike* als echter Geheimtipp erweisen: verbessertes, bewährtes Spielprinzip, gekoppelt mit hervorragender Grafik und großer Spieltiefe. Endlich einmal ein wirklich vielversprechender Titel von CDV.

Thandor

Allgemeine Information

PC-CD-ROM

Genre: Echtzeitstrategie
Hersteller: Innonics
Vertrieb: Koch Media
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: Dezember

Produktinformation

Das in ferner Zukunft spielende *Thandor* verfügt über ein dreh- und zoombares 3D-Terrain. Der Spieler hat auch hier die Möglichkeit, verschiedene Gebäude zu errichten, um in diesen Kampfeinheiten zu bauen. Sind die 25 Missionen durchgespielt, sollen aus dem Internet neue heruntergeladen werden können. Im Netzwerk kann man auch zu acht spielen.

Produktpotenzial:

Im hart umkämpften Markt von *C&C 3* und *Earth 2150* macht auch *Thandor* eine relativ gute Figur. Ob sich der Titel durchsetzen kann, ist ohne Marketinginformationen jedoch ungewiß.

KnockOut Kings

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Sportspiel
Hersteller: Electronic Arts
Vertrieb: Kingsoft
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: November

Produktinformation

Mit *KnockOut* Kings bringt EA fast alle Spitzen-Boxer wie Joe Frazier oder M. Ali gemeinsam in den Ring. Man hat die Wahl, mit 50 Boxern in Original- oder selbst kreierten Outfits historische Kämpfe nachzuspielen oder unter anderem eine ganze neue Karriere zu starten. Um Angriffstechniken und Spezialattacken zu lernen, empfiehlt es sich, vorab ein Training zu absolvieren.

Produktpotenzial:

Grafik und Technik sind in gewohnt guter EA-Qualität. Hervorragende Animationen und die detaillierten Nachkonstruktionen der Original-Boxer werden Genre-Freunde erfreuen.

MTV Sports Snowboarding

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Sportspiel
Hersteller: Radical Entertainment
Vertrieb: Rushware
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: Ende Nov.

Produktinformation

Man wählt aus verschiedenen Boards eines aus und versucht dann, im Training auf vier Strecken möglichst viele Punkte durch Stunts und Schnelligkeit zu erzielen. Wird man zum Wettkampf zugelassen, gilt es, schneller als drei KI-Gegner über die verzwickten Pisten zu gleiten. Im Zweispielermodus zeigt sich, wer zum einen flotter ist und zum anderen die besseren Tricks parat hat.

Produktpotenzial:

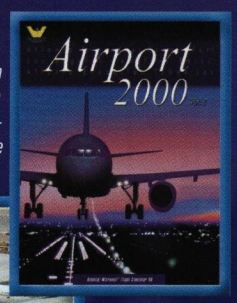
Grafisch und technisch macht der Titel bereits jetzt schon einen guten Eindruck. Die Pisten sind abwechslungsreich gestaltet. Passend zur Wintersaison sollte der Titel bei den Snowboard-Freaks gut ankommen.

Alle Angaben ohne Gewähr. Irrtum vorbehalten!

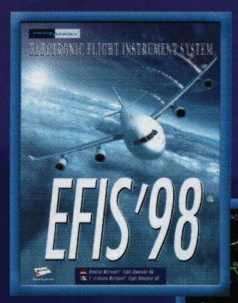
Spitzen Add On's für den MS Flight simulator 98

wilco Publishing

Gehen Sie an Bord einer neuen Ära!
Zum ersten Mal sind Flughafengebäude mit Texturen versehen. Sofort erkennen Sie die vertrauten Plätze. Übernehmen Sie das Steuer von perfekt nachgebildeten Flugzeugen. Die durch professionelle Piloten entworfenen Abenteuer beinhalten Details, die bisher nicht berücksichtigt wurden. Bringen Sie mit Airport 2000 Leben in Ihre Flughäfen!



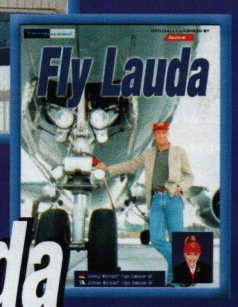
Airport 2000 Vol.1



Realismus pur! EFIS 98 basiert auf den realen Flight-Display-Systemen, die in allen fly-by-wire Airbus-Typen verwendet werden. Planen Sie Ihre Flüge durch einfaches Anklicken der Flughäfen. EFIS 98 ist das fortschrittlichste Flight-Management und Navigations-Guidance-System, das jemals für den MS Flight Simulator entwickelt wurde.

PAPA TANGO

EFIS '98

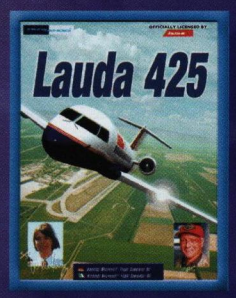


Nun können Sie eine echte Airline fliegen!
Sehen Sie die neueste Technologie am Flughafen von Wien, mit beweglichen Zugangs-brücken und Andockstationen. Erleben Sie 'intelligenten Verkehr' am Flughafen, Follow-Me Fahrzeuge, LKWs und andere Servicefahrzeuge! Fliegen Sie in vierzehn Lauda Air Maschinen zu allen Metropolen dieser Welt!*

PAPA TANGO

Fly Lauda

Ein neuer Standard in der ATC Sprachstruktur!

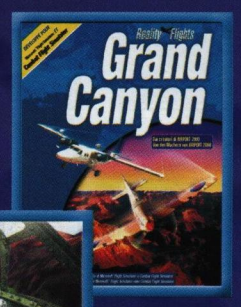


Lauda 425 wurde mit einem fantastischen live ATC Interface mit Traffic-active Display ausgestattet, das den aktiven Verkehr in Fly Lauda und die echte, aufgezeichnete Austro-Control ATC integriert!
Lauda 425 enthält zwanzig vollkommen neue und unterschiedliche Kommandos in der ATC-Sprachstruktur, sodass professionelle und wichtige Ergänzungen hinzugefügt werden konnten. *

Demnächst bei Ubi Soft: Lauda 425

Reality Flights

Grand Canyon



wilco Publishing

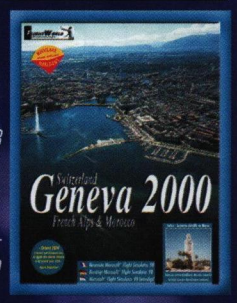
Ein absolut authentisches Szenario!
Grand Canyon wurde unter Verwendung eines 3D Modeling-Systems von unübertroffener Qualität hergestellt und weist alle Merkmale auf, die Airport 2000 zu seinem Erfolg verholfen haben.
Wählen Sie zwischen kleinen Passagierflugzeugen und einem Helikopter.
Fliegen Sie Touristen durch den Canyon, retten Sie Bergsteiger (Microsoft Flight Simulator 98) oder erleben Sie die ultimative Luftschlacht (Microsoft Combat Flight Simulator)!

Switzerland

Geneva 2000

French Alps & Morocco

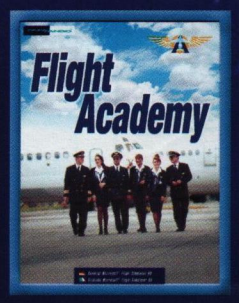
FLIGHTWORLD Christian Fonck, Designer



Vom Genfer See zum Mittelmeer.
Der Genfer Flughafen hat eine direkte Anbindung an alle Hauptstädte und touristisch interessanten Städte Europas und der restlichen Welt. Lernen Sie 18 Flughäfen der Region Rhone-Alpes und des Jura kennen. Überfliegen Sie insgesamt 50 000 km wunderschöne Landschaft oder üben Sie sich im Kunstflug in einer Cap 230. Sie werden vom Realismus der Bilder begeistert sein!

PAPA TANGO

Flight Academy



Eine neue Dimension! In noch niemals dagewesener Präzision und Detailreichtum präsentieren sich Flughäfen, Flugzeuge und die gesamte Serviceausrüstung. Bei jedem Flug lernen Sie stufenweise dazu.
Und nach überstandenen Übungsflügen mit Schnee und Nebel sowie dem Anflug auf Gebirgsflughäfen wissen Sie, warum Flight Academy der Trainingsplatz echter Piloten genannt wird. *

www.ubisoft.de

Ubi Soft Entertainment GmbH • Zimmerstraße 19 • D-40215 Düsseldorf e-mail: ralf.wirsing@ubisoft.de *erhältlich ab Oktober '99

Ubi Soft ENTERTAINMENT

Incoming

Allgemeine Information

Dreamcast

Genre: Shoot 'em Up
Hersteller: Sega/Rage Software
Vertrieb: Sega
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: Sofort
Empf. VK: DM 119,95

Produktinformation 1 Spieler

Auch bei der DC-Version des actiongeladenen PC-SciFi-Shooters gilt es, diverse Missionsziele, wie zum Beispiel die Verteidigung einer Raketenbasis, zu erreichen. Dabei übernimmt der Spieler die Kontrolle über einen Helikopter, Panzer, Kampfjets oder Bodenabwehrsysteme. Optisch ist der Titel gelungen, Explosionen wirken überzeugend, die Missionen könnten etwas interessanter gestaltet sein.

Produktqualität 71%

Werbung

TV	TV-Spots
Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket
Extras	Crosspromotion mit Multiplexkinos, Competitions, Demos für Handel

Besonderes

12 DV

Abverkaufchancen

Technisch und grafisch eine gelungene Umsetzung der PC-Version. Die Missionsziele sind etwas schlicht, so dass der Titel wohl mehr reine Action-Freunde ansprechen wird. Moderat ordern.

Ordertipp: C+

Action Man

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Action-Adventure
Hersteller: Hasbro Interactive
Vertrieb: Leisuresoft
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 5. 11.99
Empf. VK: DM 89,95

Produktinformation 1 Spieler

Der Spieler schlüpft in die Rolle des Spielzeug-Helden Action Man, um einen machtbesessenen Wissenschaftler von der Zerstörung der Welt abzuhalten. Abwechslungsreiche Missionen in der Iso- oder 3D-Perspektive führen den Agenten in das Labor des Bösewichts. Unterwegs kommen viele Waffen und technische Hilfsmittel zum Einsatz. Technisch nicht mehr ganz zeitgemäß.

Produktqualität 69%

Werbung

Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket
Extras	Cross-Promotion und Competitions im TV- und Printbereich, Internet-Werbung u. Competitions

Besonderes

12 L DV

Abverkaufchancen

Durchschnittlicher Action-Titel, der sich jedoch aufgrund der Lizenz des Spielzeug-Giganten in der Zielgruppe der Action-Man-Fans gut verkaufen lassen dürfte.

Ordertipp: C+

Crash Team Racing

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Rennspiel
Hersteller: Naughty Dog
Vertrieb: Sony C.E.D.
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 24.11.99
Empf. VK: DM 99,95

Produktinformation 1-4 Spieler

Der aus den drei Jump&Runs bereits bekannte Beuteldachs Crash macht in diesem Spiel erstmals einen Ausflug in das auf der PlayStation noch wenig umkämpfte Genre der Fun-Racer. Auch andere bekannte Charaktere aus der Reihe finden sich wieder, um auf abgefahrenen Strecken mit hochgetunten Vehikeln und urkomischen Waffensystemen um die Wette zu rasen. Sehr gelungener Partyspaß.

Produktqualität 89%

Werbung

TV	Bundesweite TV-Spots
Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	Plakate
Extras	Competitions in Rundfunk und TV

Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Der originelle Fun-Racer kann sowohl grafisch als auch spielerisch voll überzeugen und ist vor allem im Mehrspielermodus sehr motivierend. Unbedingt ordern.

Ordertipp: A

Demolition Racer

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Rennspiel
Hersteller: Infogrames Motion
Vertrieb: Infogrames
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 19.11.99
Empf. VK: DM 99,95

Produktinformation 1-2 Spieler

Ob im Einzelrennen, Zweispielermodus oder in der Demolition Leage, hier muss man nicht nur schnell fahren, sondern ohne Rücksicht alles, was auf der Piste ist, wegrammen, um hohe Punktwerte zu erzielen und damit Zusatzstrecken und -boliden freizuschalten. Anfangs stehen vier Strecken und drei Autos zur Verfügung, um – angefangen als Newcomer bis hin zum Profi – die Crashtour fortzusetzen.

Produktqualität 67%

Werbung

Print	Anzeigen in der Fachpresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket
Extras	Promotion-CDs, Kooperation mit Musikgruppe Fear Factory

Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Trotz verbesserungswürdigerer Grafik dürfte der Titel aufgrund der vielen Zusatzstrecken und -autos bei echten Crash-Freaks für Stimmung sorgen.

Ordertipp: C

Formel 1 '99

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Rennspiel
Hersteller: Psygnosis
Vertrieb: Sony CED
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: Sofort
Empf. VK: DM 99,95

Produktinformation 1-2 Spieler

Auch bei der 99er Variante hat man die Wahl aus allen elf Formel-1-Teams mit 22 Fahrern und – jetzt neu – zusätzlich zwei Ersatzfahrern. Auf insgesamt 16 Strecken, darunter auch der beliebte Monaco-Kurs, darf man sein fahrerisches Können bei Tag oder bei Nacht unter Beweis stellen. Die Pisten sind detailliert und abwechslungsreich nachgestellt, die Boliden überzeugen durch realistisches Fahrverhalten.

Produktqualität 91%

Werbung

TV	TV-Spots
Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket
Extras	Events, Competitions

Besonderes

6 L DV

Abverkaufchancen

Im Gegensatz zum Vorgänger hat sich doch einiges verbessert. Grafik, Technik und Fahrverhalten werden Rennfreaks überzeugen.

Ordertipp: A

Missile Command

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Action
Hersteller: Hasbro Interactive
Vertrieb: Leisuresoft
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 3.12.99
Empf. VK: DM 89,95

Produktinformation 1-2 Spieler

Dieser Spielhallen-Klassiker hat neben einer aufpolierten Optik auch noch zusätzliche Spielmodi erhalten. So kann nun im Head-to-Head-Modus gegeneinander gespielt werden. Am Spielprinzip, herabfallende Raketen vor deren Auftreffen mit eigenen Luftabwehr-Geschützen zu zerstören, hat sich allerdings nichts geändert. Entsprechend wenig aufregend ist auch der Spielverlauf.

Produktqualität 59%

Werbung

TV	TV-Spots
Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket
Extras	Marketing-Kooperationen mit diversen Bands, Event-Sponsoring

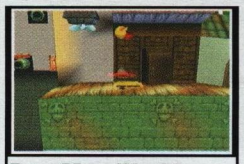
Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Dieser Klasiker hat im Laufe der Jahre seinen Charme verloren. Mit der Bewerbung der Atari-Marke und der TV-Unterstützung dürfte sich der Titel dennoch in vertretbaren Rahmen bewegen.

Ordertipp: C



Pac-Man World

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Jump&Run
Hersteller: Namco
Vertrieb: Sony CED
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 17.11.99
Empf. VK: DM 89,95

Produktinformation 1-2 Spieler

Die Neuauflage des kleinen gelben Kugelfreundes bietet neben der Originalversion eine 3D Version des Klassikers sowie ein komplett neues Spiel. Dabei steuert man Pac-Man durch sechs große, liebevoll-detailliert dargestellte bunte Welten, in denen er Feinde besiegen, Goodies sammeln oder versteckte Gegenstände finden muss, um den nächsten Level zu erreichen. Neue Pac-Man-Fähigkeiten werden begeistern

Produktqualität 83%

Werbung

P.O.S.	Plakate

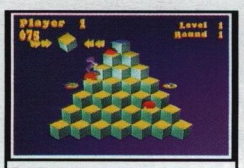
Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

In gewohnt guter grafischer, technischer und spielerischer Qualität bringt Namco hier einen wiederbelebten Klassiker, der auch jetzt für Spaß sorgen wird.

Ordertipp: C



Q*Bert

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Geschicklichkeit
Hersteller: Hasbro Interactive/Atari
Vertrieb: Leisuresoft
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 3.12.99
Empf. VK: DM 89,95

Produktinformation 1-2 Spieler

Der Spieler hüpft mit dem langnasigen Fantasiewesen Q*Bert auf übereinander angeordneten Quadern. Dabei sind diese in einer bestimmten Farbe einzufärben. Zusätzlich muss man herunterfallenden Gummibällen und Schlangen ausweichen. Die schlechte grafische Präsentation und die geringe Spieltiefe kann selbst Nostalgie-Fans nicht für das fast 15 Jahre alte Spielprinzip begeistern.

Produktqualität 38%

Werbung

TV	TV-Spots
Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket Marketing-Koop. mit diversen Bands, Event-Sponsoring
Extras	

Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Das Spiel empfiehlt sich bestenfalls für Sammler, die eine Komplettkollektion aller PlayStation-Spiele ihr Eigen nennen möchten. Der Titel ist wegen der Werbeunterstützung führenswert.

Ordertipp: C

Ronin Blade

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Action-Adventure
Hersteller: Konami
Vertrieb: Konami
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 26.11.99
Empf. VK: DM 99,95

Produktinformation 1 Spieler

In diesem Ninja-Spektakel schlüpft man in die Rolle eines weiblichen oder männlichen Kämpfers, der sich ganz in *Tenchu*-Manier durch zahlreiche Locations prügelt. Im Spielverlauf erlernt man neue Kampftechniken. Leider erreicht der Titel grafisch und spielerisch nicht die Tiefe von Activisions Vorbild. *Ronin Blade* ist aufgrund der handfesten Kampfszenen eher für eine reifere Zielgruppe geeignet.

Produktqualität 71%

Werbung

Besonderes

18 DV

Abverkaufchancen

Harter Ninja-Titel, der sich unter den Fans der härteren Gangart sicher verkaufen lässt. Activisions Vorbild bietet jedoch eine größere Spieltiefe. Je nach Kundschaft für die Zielgruppe einplanen.

Ordertipp: C-

Spyro 2: Gateway to Glimmer

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Jump&Run
Hersteller: Insomniac
Vertrieb: Sony CED
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 3.11.99
Empf. VK: DM 99,95

Produktinformation 1 Spieler

Auch im Nachfolger muss der kleine violette Drache in über 30 kunterbunten, liebevoll dargestellten Fantasylevels verzwickte Aufträge erfüllen, Goodies sammeln und sich diverser Gegner entledigen, um den Feind Ripto zu bezwingen. Die zusätzlichen Bewegungsmöglichkeiten wie Schwimmen oder Klettern, etliche versteckte Minispiele und viele Power-Ups werden auch jetzt wieder begeistern.

Produktqualität 84%

Werbung

TV	TV-Spots
Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket

Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Spyro 2 überzeugt auch jetzt wieder durch brillante Grafik und Technik. Das abwechslungsreiche Gameplay mit dem beliebten Hauptcharakter wird auch diesmal wieder zu guten Umsätzen führen.

Ordertipp: B+

Worms Pinball

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Flipper
Hersteller: Infogrames
Vertrieb: Infogrames
Vorverkauf ab: sofort
Veröffentlichung ab: 12.11.99
Empf. VK: DM 89,-

Produktinformation 1-4 Spieler

Die Entwickler von Team 17 haben den Würmern nun einen Ausflug in das Flipper-Genre spendiert. Das Spiel besteht aus zwei Tischen, wobei der zweite nicht die Würmer als Thema hat, sondern eine Rallye. Die Ballphysik wurde korrekt umgesetzt, allerdings ist die Übersichtlichkeit der Tische ziemlich schlecht. Da die Spielgeschwindigkeit sehr hoch ist, ist *Worms Pinball* nicht für Anfänger geeignet.

Produktqualität 71%

Werbung

Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
Extras	Kooperation mit der Gauselmann Gruppe, Competitions

Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Bei dem Spiel handelt es sich um einen durchschnittlichen Flipper, echtes Spielhallenfeeling kommt nicht auf. Auch ist „Worms" als Zugpferd nicht sonderlich stark. Der Verkauf wird sich in Grenzen halten.

Ordertipp: D

Wu-Tang Shaolin Style

Allgemeine Information

PlayStation

Genre: Beat 'em Up
Hersteller: Paradox
Vertrieb: Activision
Vorverkauf ab: Sofort
Veröffentlichung ab: 26.11.99
Empf. VK: ca. DM 99,-

Produktinformation 1-4 Spieler

In dem 3D-Prügelspiel, für das die Rap-Gruppe Wu-Tang-Clan Pate stand, können über 21 flüssig animierte Kämpfer im fernöstlichen Kampfstil gegeneinander antreten. Dabei können auch Teams bis zu drei Mann gebildet werden, was besonders im Multiplayermodus für gute Aktion sorgt. Weitere Features sind ein Story-Modus, ungewöhnliche Waffen und die große Auswahl an Schlagkombinationen.

Produktqualität 72%

Werbung

Print	Anzeigen in der Fach- und Publikumspresse
P.O.S.	P.O.S.-Paket
Extras	Promotions bei HipHop-Events, speziell designtes Wu-Tang-Pad, Exklusiv-Songs mit Wu-Tang-Band

Besonderes

6 DV

Abverkaufchancen

Technisch und spielerisch überzeugt der Titel besonders im Mehrspielermodus. Ansonsten sticht er nicht aus der Genre-Konkurrenz hervor. Moderat ordern.

Ordertipp: C

Alle Angaben ohne Gewähr. Irrtum vorbehalten!

Die bezauberndste Venusfalle seit es Ego-Shooter gibt!

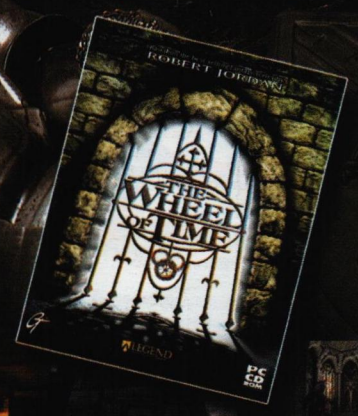
Ewig lockt das Weib. Mit 'The Whee! of Time' in einem einzigartigen Genremix aus Ego-Shooter, Strategie- und Rollenspielelementen. Anmachen, spielen und gewinnen.

Mit den Waffen einer Frau: Magie statt Magnum; In der Welt der erfolgreichen, gleichnamigen Romanserie von Robert Jordan. Allein oder im Multiplayer Modus - 'The Wheel of Time' ist die neue Dimension der Ego - Shooter und macht fremdgehen einfach.

Große Kooperation mit dem Heyne-Verlag,

Herausgeber der Romane von Robert Jordan

- *90% / "Die neue Genre-Referenz"* [PC Action 12/'99]
- 88% / "Die Grafik, insbesondere das Leveldesign, verdient das Prädikat 'zauberhaft'" [Power Play 12/'99]
- *"Momentan deutet alles darauf hin, daß...das Genre einen neuen Spitzenreiter bekommt."* [PC Games 12/'99]
- *"Das Spiel könnte der stimmungsvollste Shooter des Jahres werden."* [GameStar 12/'99]



Marketingaktivitäten

Media

- *Massive Anzeigenkampagne in SI- und allgemeiner Presse*
- *Email Newsletter an alle registrierten 'Unreal'-Kunden*
- *Website / Internet Wettbewerbe*
- *Kooperation mit dem Heyne-Verlag,*
- *Präsentation auf Messen*
- *Anzeigen in allen Romanen von Robert Jordan*

PR

- *Massive PR Kampagne in special-interest- und allgemeiner Presse*
- *Gewinnspielkooperationen in zielgruppengerechten Medien • Netzwerk-Parties*

POS / Merchandise

- *POS-Paket • Diverse Merchandising Artikel*
- *Große Promotion-Tour*
- *48er-Aufsteller*

Bestell-Hotline: 040 / 413 277 22
Bestell-Fax: 040 / 413 277 96
www.gtinteractive.de / www.wheel-of-time.de

Wheel Of Time™ ©1998 GT Interactive Software Corp. All Rights Reserved. Created by Legend Entertainment Company under license from Robert Jordan. Published and distributed by GT Interactive Software Corp. GT is a trademark and the GT logo is a registered trademark of GT Interactive Software. Legend and the Legend logo are trademarks of Legend Entertainment Company.

GT LEGEND™ ENTERTAINMENT COMPANY PC CD

Schäfer will's nicht glauben

In diesen Tagen bekamen die viel beschäftigten Redakteure wieder einmal zu spüren, was es heißt, vom Strudel des MCV World Network aufgesogen zu werden. Fröhlich und Ossmann sind ausgeflogen. Endlich Zeit einmal für den Chefredakteur, sich Schäfer vorzuknöpfen und ein paar wichtige Dinge klarzustellen. Sehen Sie selbst, wie das endete.

Ihr Christoph Holowaty

SCHÄÄÄÄFER? SOFORT ANTRETEN!

Moment, Chef. Ich bin gleich da.

Nix Moment, sofort stellen Sie sich ins ... ääh ... Glied. Wo ist denn eigentlich der erbärmliche Rest unserer Brigade?

Ossmann ist in Hamburg, Fröhlich ist in Bielefeld und ich muss gleich nach London.

WARUM WEISS ICH DAVON NICHTS?

Weil Sie gerade aus L.A. und Tokio zurückgekommen sind, Chef!

Na schön, gut, dann lassen Sie uns mal ein ernstes Gespräch führen, Schäfer. Schauen Sie mal, was ich da an meiner Hose habe!

Schokolade? Bratfett?

Sie Pfeifenkopf, ich meine, an meinem Gürtel.

Ach, Sie meinen diese alberne gelbe Plastikdose?

Schäfer, was haben Sie eigentlich in den vergangenen Wochen gelesen, die MCV kann es nicht gewesen sein. Bei dieser Plastikdose, wie Sie sich auszudrücken pflegen, handelt es sich um ein so genannten Pokémon. Dieser fünf Milliarden schwere Wirtschaftsfaktor hat sich Ihrem pfeifenrauchumschmeichelten Bewusstsein wohl bislang dezent entzogen.

Pokémon, klar, kenn' ich. Das ist doch Schnee von gestern, das Fast-Food-Tamagotchi haben die Kinder doch in ein, zwei Wochen durchgekaut.

So, so ... der Franke in Ihnen ist stärker, als ich dachte. Also spare ich mir die Ansprache an Ihre vergessene Kindheit und das Kapitel über die Natur des Menschen als Jäger und Sammler. Schauen wir doch einmal auf die „nackten" Zahlen. 18 Millionen verkaufte Pokémon-Game-Boy-Spiele alleine in Japan und in den USA. 1,5 Millionen geplante Einheiten bis Jahresende alleine in Europa. Sicher an die 100.000 bislang verkaufte Games in Deutschland. Also, Schäfer, was sagen Sie, Zahlen verstehen Sie doch, oder?

Klar, vor allem die kleinen Zahlen auf meinem Gehaltskonto ... seufz ... Aber Sie meinen doch nicht im Ernst, dass Pokémon sich hier länger hält als der Zauberwürfel oder Tamagotchi oder irgendein anderer Trendartikel. Eigentlich ist die Kunst bei so etwas nicht, diesen Tand zu erfinden und zu vermarkten, sondern bloß, nicht einen Container zuviel davon zu bestellen!

Schäfer, jetzt reicht's! Sie merken ja nicht, was um Sie herum vorgeht! Schauen Sie mal aus Ihrem Elfenbeinturm raus! In USA und Japan tobt der Hype schon monatelang! Bei einer *Pokémon*-Tauschbörse in Minneapolis sind 40.000 Leute aufgetaucht!

Sehen Sie! Diese Armee der Verzweifelten will panisch ihre Pokémon loswerden. Ich glaube, Sie sind Nintendo gründlich auf den Leim gegangen ...

Schäfer, wissen Sie was? Mich fasziniert immer mehr die Idee von einer MCV-Redaktion ohne MCV-Redakteure ...

Impressum

MCV Markt für Computer- & Videospiele

Anschrift der Redaktion:
COMPUTEC MEDIA
Redaktion MCV
Roonstraße 21, 90429 Nürnberg

Vorstand:
Roland Arzberger, Oliver Menne,
Christian Geltenpoth (Vorsitzender)

Verlagsleitung: Roland Bollendorf

Vertriebsleitung: Klaus-Peter Ritter

Chefredakteur:
Christoph Holowaty (ch/V.i.S.d.P.)
Tel.: 0911-2872-145
E-Mail: cholowaty@computec.de

Redaktion:
Falko Ossmann
(fo/stellv. Chefred.)
Tel.: 0911-2872-146
E-Mail: fossmann@computec.de

Jürgen Fröhlich (jf)
Tel.: 0911-2872-194
E-Mail: jfroehlich@computec.de

Bernhard Schäfer (bs)
Tel.: 0911-2872-196
E-Mail: bdschaefer@computec.de

Uschi Sehr (us)
Tel.: 0911-2872-195
E-Mail: usehr@computec.de
Redaktionsfax: 0911-2872-200

Bildredaktion: Albert Kraus

Lektorat: Margit Koch, Birgit Bauer

Layout: Alexandra Böhm, Petra Dittrich-Hübner, Roland Gerhardt, Hansgeorg Hafner, Nero Kaiser, Christian Harnoth, Hans Strobel, Gisela Tröger, Sabine Klier (Konzept, Gestaltung)

Werbeabteilung:
Martin Reimann, Sandra Wendorf,
Hans Fauth, Jeannette Haag

Anzeigenkontakt:
COMPUTEC MEDIA
SERVICES GmbH
Roonstraße 21, 90429 Nürnberg
Tel.: 0911-2872-143
Fax: 0911-2872-241
E-Mail: carudolph@computec.de
Web: www.computec.de

Anzeigenleitung (V.i.S.d.P.):
Thorsten Szameitat
Tel.: 0911-28 72-141

Anzeigenberatung:
Wolfgang Menne : 0911-2872-144
Jens Klüver: 0911-2872-348

Anzeigendisposition:
Andreas Klopfer: 0911-2872-140

Online-Werbeflächen:
Susanne Szameitat: 0911-2872-142

Anzeigenmarketing:
Monika Fleenor: 0911-2872-345

Assistenz der Anzeigenleitung:
Claudia Rudolph: 0911-2872-143

Anzeigenassistenz:
Ina Schubert: 0911-2872-346

Produktionsleitung: Martin Closmann

Druck: ODN, Nürnberg

Manuskripte und Einsendungen:
Mit der Einsendung von Manuskripten jeder Art gibt der Verfasser die Zustimmung zum Abdruck in den von der Verlagsgruppe herausgegebenen Publikationen. Eine Gewähr für die Richtigkeit der Veröffentlichungen kann nicht übernommen werden.

Urheberrecht Text: Alle in MCV veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Jegliche Reproduktion oder Nutzung bedarf der vorherigen schriftlichen Genehmigung des Verlags.

Abonnement:
MCV kostet im Abonnement DM 90,-. Ein Abonnement gilt mindestens für ein Jahr. Die Auslandsbezugspreise sind wie folgt:
Europa (Luft) DM 115,-
Welt (Luft) DM 140,-

Abobetreuung: *Fax:* 0180-5959513
Tel: 0180-5959506

Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V. (IVW), Bad Godesberg

Verbreitete Auflage

MCV The Market for Home Computing & Video Games

II. Quartal 1999: 9.333 Exemplare

MCV Großbritannien

Anschrift der Redaktion:
MCV MEDIA UK Ltd.
St. Andrew House
46-48 St. Andrew Street
Hertford
Hertfordshire SG 14 1JA
Tel.: 0044-1992-535646

Geschäftsführer:
Stuart Dinsey, Christoph Holowaty

Chefredakteur:
Stuart Dinsey (sd)
E-Mail: sdinsey@aol.com

Redaktion:
Lisa Foster
(lf/stellv. Chefred.)
E-Mail: mcvnews@aol.com

Owain Bennallack (ob)
E-Mail: mcvnews@aol.com

George Kotsiofides (gk)
E-Mail: mcvnews@aol.com

Anzeigenverkauf:
Alexandra Jarvis
Tel.: 0044- 1992-535647

Druck:
The Magazine Printing Co.

MCV USA

Anschrift der Redaktion:
MCV USA Inc.
One Lagoon Drive
Suite 100
Redwood City, CA, 94065
Tel.: 001-650-802-1120

Geschäftsführer: Christian Svensson

Chefredakteur:
Christian Svensson (cs)
E-Mail: csvensson@computec-media.com

Redaktion:
Elena Vega (Managing Editor, ev)
E-Mail: evega@computec-media.com

Mike Sabine (stellv. Chefred. ms)
E-Mail: msabine@computec-media.com

Kevin daLuz
E-Mail: kdaluz@computec-media.com

Anzeigenverkauf:
Jon Yoffie
E-Mail: jon@computecmedia.com

Fotos: C. Holowaty (9), MCV UK (3), F. Ossmann (2), GT Interactive (1), Studio Pflaumer & Friends (1)

Graphic Kit® collection

for SONY® PLAYSTATION®

PROMO VIDEO VIDEOGAMES DISTRIBUZIONE

DIE NEUEN SIND DA!

Graphic-Kit, Die Farbrevolution Für Playstation! 3.2 Millionen Geräte Warten Auf Ihr Kit...

- Das Original Von Promovideo
- Über 24 Trend-Motive In Edler Hochglanz-Effekt-Optik
- Garantiert Ohne Spuren Ablösbar Und Sogar Wiederverwendbar
- Exzellentes POS-Material

NEU

„UM ES GLEICH VORWEG ZU SAGEN, DIE 15 VERSCHIEDENEN MOTIVE SIND QUALITATIV UND KÜNSTLERISCH DAS BESTE, WAS WIR BISHER GESEHEN HABEN!"

World of Playstation 8/99, Seite 4

© Lorenz Foto&Grafik-Design

Exklusiv-Vertrieb in Deutschland durch:

dynatex

dynatex GmbH • Schleefstraße 8 · 44287 Dortmund
Fax: 02 31/45000-29 • Tel.: (0231) 45000-0
www.dynatex.de • eMail: dynatex@dynatex.de

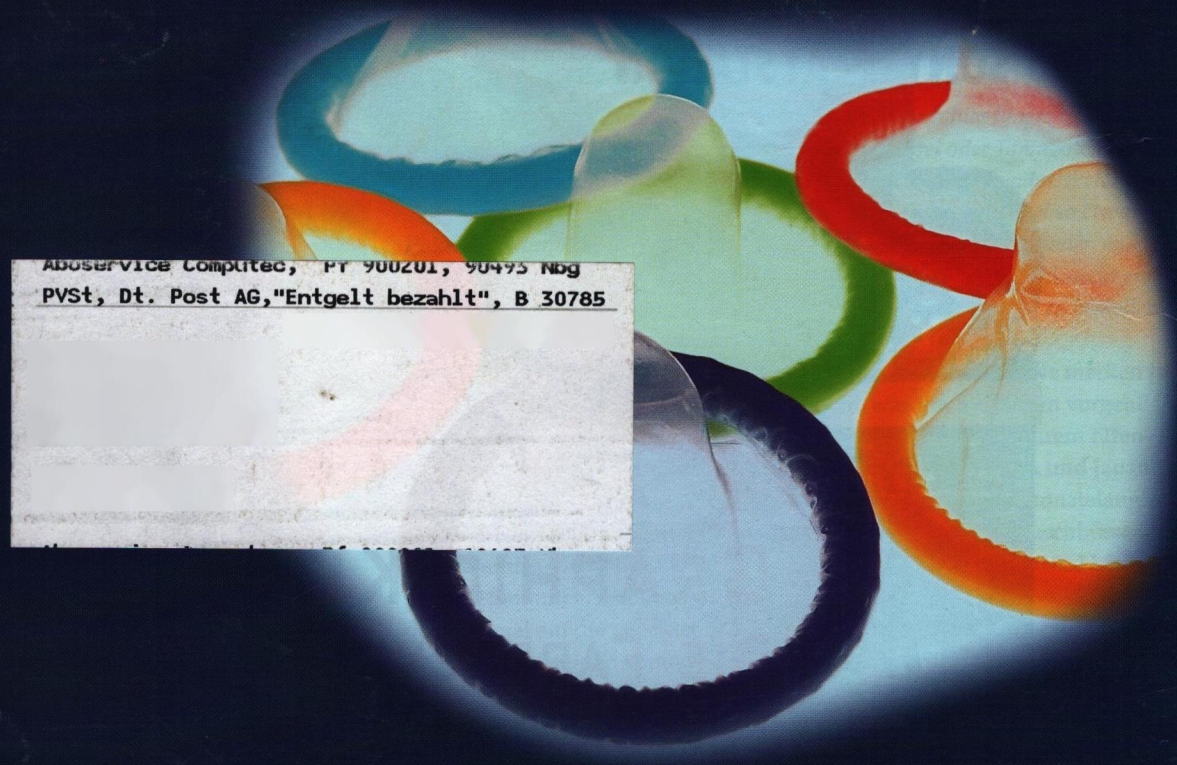
Erhältlich bei:

DEUTSCHER VIDEO RING® WIR MACHEN PROGRAMM

REDZAC

TOYS"R"US

Safeguard Your Assets...



...Use Protection.

SonoProtection

Mit SonoProtection schützt Sonopress Ihre Software vor illegalem Kopieren. Das heißt:

- Sonopress liefert Ihnen die bestmögliche Lösung, Ihre Inhalte günstig und effektiv zu schützen. Ganz nach Ihren Bedürfnissen.
- Sonopress entwickelt und verbessert permanent aktuelle Lösungen für sämtliche Systeme.
- Sonopress prüft und fördert weltweit die Entwicklung von wirksamen Schutzsystemen.

Derzeit stehen international bereits fünf verschiedene Lösungen für den effektiven Schutz Ihrer Software bereit.

Sonopress
Content to Market®

www.sonopress.de
www.sonopress.com